

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Zhodnocení významu Fairtrade kávy v České republice

Jiří Franz

© 2017 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou Diplomovou práci „Význam Fairtrade kávy v České republice“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce, s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. března 2017

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Jiří Franz

Podnikání a administrativa

Název práce

Zhodnocení významu Fairtrade kávy v České republice

Název anglicky

Assessing the Importance of Fairtrade Coffee in the Czech Republic

Cíle práce

Hlavním cílem práce je zhodnotit význam Fairtrade kávy z hlediska českých obchodníků a spotřebitelů. Výzkumná otázka zní: Má káva Fairtrade pro český trh potenciál do budoucna? Dílčí cíle, které napomohou k vypracování hlavního cíle, budou upřesněny v průběhu zpracování diplomové práce.

Metodika

Teoretická východiska práce budou vytvořena pomocí sekundárních dat, která budou vybrána z literárních a elektronických relevantních zdrojů. Následně budou vybrané podklady zhodnoceny prostřednictvím metod komparace a syntézy. Za pomoci sběru a vyhodnocení primárních zdrojů (dotazníkové šetření) a sekundárních dat bude vytvořena část praktická. Údaje budou vyhodnoceny pomocí metod analýzy, syntézy, komparace a deskripce dat. Praktická část bude obsahovat grafy a tabulky.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Fair trade, káva, mezinárodní obchod, spotřeba, trh

Doporučené zdroje informací

ALCRAFT, R. Káva. Čestlice: Rebo, 2008. ISBN 978-80-255-0118-4.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE. The Coffee Exporter's Guide. 3rd edition. Ženeva: United Nations, 2012. ISBN 978-9291373949.

MACHKOVÁ, H. – ČERNOHLÁVKOVÁ, E. – REBUFFAT, M. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha: HZ, 2000. ISBN 80-86009-34-3.

OPAL, C. – NICHOLLS, A. *Fair trade : market-driven ethical consumption*. London ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2005. ISBN 978-1-4129-0105-5.

RANSOM, D. *Fair trade*. Brno: Doplněk, 2011. ISBN 978-80-7239-258-2.

SVATOŠ, M. *Zahraniční obchod : teorie a praxe*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.

ŠŤASTNÝ, D. *Mezinárodní obchod: teorie a politika*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0805-2.

Předběžný termín obhajoby

2016/17 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Olga Regnerová

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 24. 3. 2017

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 3. 2017

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 26. 03. 2017

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval své vedoucí práce paní Ing. Olze Regnerové za podnětné konzultace a výbornou spolupráci.

Zhodnocení významu Fairtrade kávy v České republice

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá kávou z hlediska mezinárodního obchodu a vývoje domácího trhu. Ústředním tématem práce je certifikovaná káva Fairtrade.

Teoretická část obsahuje stručný popis historie této komodity, uvedení nejznámějších odrůd kávovníku a zemědělské zpracování. Je vysvětleno, jakým způsobem jsou zrna skladována a přepravována. Teoretická část je zakončena kapitolami trh s kávou, zahraničně - obchodní politikou České republiky a mezinárodní světové organizace.

V praktické části nejprve autor uvádí, jakým způsobem může být káva certifikována. Následuje srovnání největších světových vývozců a dovozců kávy. Hlavním bodem diplomové práce je káva s certifikací Fairtrade. V rámci daného produktu je porovnán vývoj spotřeby a maloobchodního obratu. Ke zjištění míry vlivu spotřebitelské ceny kávy, čaje a mzdy na maloobchodní obrat Fairtrade kávy v České republice byl použit ekonometrický model. Pomocí něj byl též predikován vývoj do budoucna. Praktická část je zakončena dotazníkovým šetřením a aktuálním srovnáním cen kávy Fairtrade na trhu.

Klíčová slova: Fairtrade, mezinárodní obchod, spotřeba, kávovník, import, export, maloobchodní obrat, káva, spotřebitel, trh

Assessing the Importance of Fairtrade Coffee in the Czech Republic

Abstract

The master thesis deals with coffee in terms of international trade and the development of the domestic market. The central theme of the work is certified Fairtrade coffee.

The theoretical part provides a brief description of the history of this commodity, putting the most known varieties of coffee plants and agricultural processing. It explains how the grains are stored and transported. The theoretical part ends with chapters on the coffee market, foreign - trade policy of the Czech Republic and international world organizations.

In the beginning of the practical part author shows how coffee can be certified. Followed by a comparison of the world's largest exporters and importers of coffee. The main point of the thesis coffee is Fairtrade certified. To determine the degree of influence consumer prices of coffee, tea and wages for retail sales of Fairtrade coffee in the Czech Republic was used econometric model. With it was also predicted future development. The practical part is completed with survey and comparing the current Fairtrade coffee prices in the market.

Keywords: Fairtrade, international trade, consumption, coffee tree, import, export, retail sales, coffee, consumer, market

Obsah

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Úvod..... | 11 |
| 2 | Cíl práce a metodika..... | 12 |
| 2.1 | Cíl práce..... | 12 |
| 2.2 | Metodika | 12 |
| 3 | Teoretická východiska | 15 |
| 3.1 | Historie Kávy | 15 |
| 3.2 | Kávovník..... | 17 |
| 3.2.1 | Kávovník arabský (Arabica) | 18 |
| 3.2.2 | Arabusta | 20 |
| 3.2.3 | Kávovník statný (Robusta)..... | 20 |
| 3.2.4 | Hlavní rozdíly odrůd Arabica a Robusta..... | 21 |
| 3.2.5 | Kopi luwak | 23 |
| 3.3 | Sběr kávy..... | 24 |
| 3.4 | Zpracování kávy..... | 24 |
| 3.4.1 | Suchý proces | 24 |
| 3.4.2 | Polosuchý proces..... | 25 |
| 3.4.3 | Mokrý proces | 25 |
| 3.5 | Pražení kávy | 25 |
| 3.6 | Skladování a doprava | 26 |
| 3.7 | Mezinárodní obchod..... | 27 |
| 3.7.1 | Trh s kávou..... | 29 |
| 3.7.2 | Káva jako komodita a obchodování komoditní burze..... | 30 |
| 3.7.3 | Zahraněčně-obchodní politika České republiky | 31 |
| 3.7.4 | Mezinárodní světové organizace..... | 33 |
| 4 | Vlastní zpracování..... | 35 |
| 4.1 | Certifikace kávy | 35 |
| 4.1.1 | Fairtrade | 35 |
| 4.1.2 | Ostatní certifikace | 41 |
| 4.2 | Producenti kávy..... | 44 |
| 4.3 | Exportéři kávy..... | 45 |
| 4.4 | Importéři kávy..... | 47 |
| 4.5 | Vývoj spotřeby kávy v České republice..... | 49 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.5.1 | Ekonometrický model | 50 |
| 4.5.2 | Primární šetření- Sortiment a ceny kávy Fairtrade..... | 64 |
| 4.5.3 | Dotazníkové šetření..... | 65 |
| 5 | Závěr a zhodnocení výsledků..... | 70 |
| 6 | Seznam použitých zdrojů | 73 |

Seznam grafů

| | | |
|----------|--|----|
| Graf 1- | Spotřeba Fairtrade kávy (v t)..... | 40 |
| Graf 2- | Maloobchodní obrat Fairtrade kávy (v mil. Kč)..... | 41 |
| Graf 3- | Největší světoví exportéři kávy | 46 |
| Graf 4- | Největší světoví importéři kávy..... | 48 |
| Graf 5- | Spotřeba kávy v České republice (v t)..... | 50 |
| Graf 6- | Skutečné vs. teoretické hodnoty | 55 |
| Graf 7- | Trendová funkce spotřebitelské ceny zrnkové kávy..... | 61 |
| Graf 8- | Trendová funkce spotřeby černého porcovaného čaje..... | 61 |
| Graf 9- | Trendová funkce hrubé měsíční mzdy..... | 62 |
| Graf 10- | Trendová funkce spotřeby černého porcovaného čaje..... | 62 |
| Graf 11- | Předpověď vývoje obratu Maloobchodního obratu Fairtrade kávy | 63 |
| Graf 12- | Struktura respondentů..... | 66 |
| Graf 13- | Podle čeho se spotřebitel rozhoduje při nákupu kávy v roce 2017..... | 66 |
| Graf 14- | Zájem o původ výrobků v roce 2014..... | 67 |
| Graf 15- | Zájem o původ výrobků v roce 2017..... | 67 |
| Graf 16- | Postoj k pomoci producentům 2014..... | 68 |
| Graf 17- | Postoj k pomoci producentům 2017 | 68 |
| Graf 18- | Nákup výrobků Fairtrade v roce 2014..... | 69 |
| Graf 19- | Nákup kávy Fairtrade | 69 |

Seznam obrázků

| | | |
|------------|--|----|
| Obrázek 1- | Vizuální rozdíl Arabica a Robusta | 22 |
| Obrázek 3- | Kopi Luwak..... | 23 |
| Obrázek 4- | Znak Fairtrade | 35 |
| Obrázek 5- | Znak Direct trade..... | 41 |
| Obrázek 6- | Znak Rainforrest Alliance | 42 |
| Obrázek 7- | Znak Bird friendly | 43 |
| Obrázek 2: | Geografické znázornění pěstování odrůd | 45 |

Seznam tabulek

| | | |
|------------|---------------------------------------|----|
| Tabulka 1: | Historie Fairtrade | 37 |
| Tabulka 4- | Největší světoví exportéři kávy | 47 |
| Tabulka 5- | Největší světoví importéři kávy..... | 49 |

| | |
|---|----|
| Tabulka 6- Korelační matice..... | 52 |
| Tabulka 7- Korelační matice po provedení změn | 53 |
| Tabulka 8- Statistická verifikace..... | 57 |
| Tabulka 9- Elasticity | 59 |
| Tabulka 10- Ceny Fairtrade kávy vybraných prodejců..... | 65 |

1 Úvod

Není náhodou, že se káva stala jedním z nejoblíbenějších nápojů na světě. Její plnou a výraznou chuť, množství variant a zejména povzbuzující účinky díky obsahu kofeinu předčí málokterý nealkoholický nápoj. Sám autor je milovníkem nápoje z rostliny kávovníku, volba diplomové práce tak byla motivována silným zájmem a touze provést odborný výzkum, který se této komoditě bude týkat. Autorovi diplomové práce je ctí, že může spojit výzkumnou činnost v rámci vysoké školy s osobním koníčkem, jenž ho doprovází životem již bezmála třináct let.

Káva však nemá jen příznivce. Od lidí samotných či médií se lze doslechnout o riziku fyzické závislosti a škodlivosti na srdce. Samozřejmě, je-li cokoliv se stimuluje či jinak ovlivňuje lidské tělo konzumováno v nadměrné míře a dlouhodobě, lze očekávat negativní důsledky. Po vstřebání kofeinu do krve se uvolní hormon adrenalin, jenž způsobí zrychlení srdečního tepu a člověk je „pohotovější“. Osoby citlivé na kofein a zvláště pak ti, kteří mají kardiovaskulární potíže, by měli konzumaci kofeinu omezit či dokonce úplně vynechat. Zdravému člověku a v rozumné míře může káva jen prospět. Doporučená dávka šálků kávy se rovná jednomu až dvěma espressům za den. Existují mnohé zdravotní studie, jenž dokládají prospěšnost konzumace kávy díky obsahu antioxidantů, zlepšení soustředění a podpoře trávení.

Historie kávy sahá až do 9. století našeho letopočtu, kdy byla dle legendy objevena pastevcem jménem Kaldí. Jak šel čas, plody z kávovníku si lidé více a více oblíbili a z malých soukromých plantáží se díky nelegálnímu pašování dostala do celého světa. Dnes je káva jednou nejobchodovanějších komodit na světě a bohužel ne všude je pěstována s ohledem jak na výsledný produkt, tak na důstojné podmínky pro pěstitele na plantážích. Tuto problematiku se snaží řešit instituce, jenž udělují certifikace, které zaručují trvale udržitelný rozvoj environmentu, slušné zacházení s lidmi, férovost obchodu, bio kvalitu či přímou komunikaci pěstitele s prodejcem. Tato práce je zaměřena na certifikaci Fairtrade v teoretické i praktické rovině. Ve druhé jmenované části se autor zaměří na český trh a spotřebitele.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je zhodnotit význam a budoucnost Fairtrade kávy z hlediska obchodu a domácích spotřebitelů. Výzkumná otázka zní: „Má káva Fairtrade pro český trh potenciál do budoucna?“ Dílčí cíle, které pomohou zodpovědět cíl hlavní patří analýza trhu s kávou jako takové a Fairtrade kávy v České republice a zjištění spotřebitelského chování. Dalším cílem je globální srovnání zemí, které vyváží a dováží kávu, což umožní určit, jakým směrem trh s kávou směřuje.

2.2 Metodika

Teoretická část práce bude vytvořena za pomoci dostupných sekundárních dat, která budou vybrána z literárních a elektronických relevantních zdrojů. Zdroje budou vybrány tak, aby co nejlépe definovaly danou problematiku, z tohoto důvodu budou mj. použity i zdroje zahraniční. V teoretické části budou použity metody komparace a syntézy. Bude-li to k danému podtématu vhodné, použije autor vhodných ilustrací k doplnění teoretické problematiky. Diplomová práce je průběžně citována dle normy ISO 690.

Praktická část bude obsahovat grafy a tabulky a bude vytvořena za pomoci sběru a vyhodnocení primárních a sekundárních dat. Data budou vyhodnoceny pomocí metod analýza a kompilace. Autor bude pracovat s poskytnutými veřejně dostupnými či osobně poskytnutými daty. Veřejně dostupná data budou využívána z Českého statistického úřadu k vytvoření ekonometrického modelu. Konkrétně bude z ČSÚ zjištěno demografické složení obyvatelstva, spotřebitelské ceny kávy a čaje, spotřeba čaje a výše hrubé mzdy.

Kapitoly zabývající se světovým exportem a importem budou zpracovány na základě sekundárních, veřejně dostupných historických dat na webových stránkách International Coffee Organization. Vyjádřen bude procentuální podíl každé země na celkovém úhrnu vyvezené či dovezené kávy.

Externí a interní data od Asociace Fairtrade Česko a Slovensko a organizace NaZemi budou využity k sestavení analýz a meziročních komparací. S první jmenovanou institucí též proběhnou osobní konzultace, které napomohou k řešení dané problematiky.

Ekonometrický model bude vytvořen v počítačovém software Gretl. V některých případech bude proveden převod do počítačového software Microsoft Excel, aby byly výstupy přehlednější. Data budou vybírána s ohledem na smysluplnost k vysvětlení stanovené vysvětlované proměnné a s ohledem na dostupnost. Podmínkou k vytvoření modelu je disponovat alespoň dvanácti po sobě jdoucími obdobími. Při tvorbě a následných interpretacích ekonometrického modelu bude autor vycházet z vlastních znalostí.

Grafy a tabulky budou vytvořeny v počítačovém software Microsoft Excel. Veškeré použité ilustrace, grafy a tabulky budou pojmenovány s uvedením zdroje. Na každý z objektů bude odkazováno v seznamu tabulek, obrázků a grafů umístěného za kapitolou Obsah.

Primární šetření aktuálních cen sortimentu certifikované kávy Fairtrade na trhu v České republice proběhne na webových stránkách daných internetových prodejců a na cenových „srovnávacích“ Heureka.cz a Zboží.cz. Odsud budou použity veškeré dostupné výrobky zrnkové Fairtrade kávy. V rámci jednoho obchodu nebudou analyzovány dva produkty se stejnou cenou. Následně bude pomocí MS Excel spočtena minimální hodnota, maximální hodnota, medián a průměrná hodnota. Poslední jmenovaná proměnná bude komparována s průměrnou cenou zrnkové kávy naměřenou statistickým úřadem.

Praktickou část a celou diplomovou práci zakončí marketingový výzkum, jenž bude prováděn osobně „tváří v tvář“. Tím bude zaručena autenticita a eliminováno riziko duplicitních odpovědí. Autor bude vyplňovat dotazník s respondenty na jednotlivé papíry a po určitém sebraném množství budou provedeny výpočty a výstupy v MS Excel. Budou pokládány pouze čtyři otázky, jenž autor považuje za důležité a tam kde to bude možné, proběhne srovnání s výzkumem z roku 2014. Přidanou hodnotou tak bude vyšší počet respondentů, neboť méně pokládaných otázek zapříčiní zvýšení ochoty k zodpovězení otázek. Výběr respondentů probíhal náhodně, nicméně byla zde určitá snaha k rovnoměrnému rozložení z hlediska pohlaví a věkového rozložení. Zjišťována budou jak „tvrdá“ tak „měkká“ fakta. Z první otázky vzejdou nejdůležitější faktory při výběru nákupu

kávy. Důvodem položení této otázky bude zjištění spotřebitelských preferencí vzhledem k tomuto produktu. Druhá a třetí otázka bude inspirována výzkumem z roku 2014, z důvodu provedení kvantitativní srovnání mezi obdobími. V otázce bude zkoumán zájem o původ výrobků a postoj k producentům ze zemí 3. světa. Smyslem položení těchto otázek je úzká vazba na filosofii certifikace Fairtrade. Dotazníkové šetření zakončí otázka k nákupu kávy Fairtrade. V tomto případě bude navíc spočteno, které pohlaví produkt poptává a které nikoliv.

3 Teoretická východiska

3.1 Historie Kávy

9. století

Historie kávy se datuje kolem 9. století našeho letopočtu. První zmínky pochází ze zemí Etiopie, Keni a oblasti habešské vysočiny. V té době se káva nazývala „černé zlato“ a je opředena mnohými legendami. Ta z nejznámějších vypráví o pastevci arabského původu Kaldi, který pásal své kozy v jemenských horách, a jednoho dne mu náhodou spásaly keř s červenými plody, po nichž byly následně znatelně živější než kdy jindy. O této události se dověděl opat místního kláštera, plody dal sesbírat a nechal uvařit nápoj pro ostatní mnichy, u nich se následně objevily stejné účinky jako u Kaldiho koz- vydrželi déle bděli při vykonávání své bohoslužebné činnosti. Nápoj tak začali konzumovat pravidelně, vytvářeli si zásoby a plody keře nechávali pravidelně uschnout na otevřeném ohni. Plody spadly do ohně, upražily se a díky tomu se rozšířilo do okolí aroma, které do té doby mniši neznali. Mniši plody sebrali, rozdrtili a uvařili stejným způsobem, jako do té doby syrové bobule kávy. S příjemným překvapením zjistili, že je nápoj chutnější a stimulační účinky jsou zachovány.

14. století

Historické zmínky o prvním pěstování kávy lidmi, na soukromém pozemku, se datují do 14. století v jemenských zahradách, kam ji zavezli válečníci z Etiopie. Válečníci s sebou plody kávovníku měli jako součást zásob. Z Jemenu se následně plody kávovníku rozšířily do islámského a posvátného města Mekka. Zde vznikly i první kavárny, jenž poutníci hojně navštěvovali a také si je velmi oblíbili. Ze 14. století a města Mekky pochází název „káva“, která je arabsko-tureckého původu a vzešlo ze slova „kahve“ neboli „omamný nápoj“.

16. století

Tehdejší přední náboženští představitelé však kávu zakázali, neboť ji považovali za stejně škodlivou jako alkohol. Nařídili spálit zásoby a zakázali její prodej. Jádrem problému však nebyla ona „omamnost“ kávy, ale rozšiřující se množství kaváren, které byly považovány

za centra šíření politických názorů. Tímto konáním se jim však rozšíření plodů kávovníku zastavit nepodařilo a káva se postupně dostala i do dalších významných měst jako byl Damašek, Aleppo a Káhira. Centrem obchodu s kávou stále zůstává Mekka. Jemenští vládcí si chtěli zajistit monopol v pěstování kávovníku, ze země pouze šlo vyvézt kávová zrna, která byla tepelně upravena a nešla použít k vysazení rostliny kávovníku. Toho, kdo se pokusil kávovník vyvézt a ukrást, čekal tvrdý trest. Až do 17. století se nikde jinde na světě káva nepěstovala.

17. století

V první polovině 17. století, v roce 1618, se jednomu obchodníkovi z Holandska pár keřů kávovníku zadarilo a rostlinu ze země propašoval. Rostlina se dostala do holandské kolonie Jávy (dnešní Indonésie) a stala se tak historicky druhým místem, kde se káva začala pěstovat a zároveň první zámořskou plantáží vůbec. Evropa kávu poznala ještě v témže století- obchodní společnost East Indies spolu s významnými kolonizátory se o to postaraly a ve svých koloniích odstartovali pěstování kávy- portugalští kolonizátoři v Brazílii, francouzští ve Francouzské Guayaně a Antilách, britští v Africe a na Jamajce. Následně se káva dostala i do Německa a roku 1673 se otevřela v Brémách historicky první německá kavárna. Ve společnosti je však více známa káva z rakouského města Vídně, její historie se však datuje o 10 let později, než tomu bylo na německém území. Roku 1683 zemi obléhali Turci a díky polskému hrdinovi jménem Franz Geirge Kolschitzky, který se přestrojil za Turka a dokázal přivolat pomoc Lotrinských, se Turky podařilo odrazit a Vídeňané tak získali pět set pytlů syrových kávových zrn, jenž zde Turci při útěku zanechali. Vzhledem k její nadměrné hořkosti přidali kavárníci do nápoje šlehačku s medem a vznikla tak Vídeňská káva. Ke kávě též podávali zákusky a různé sladké pochutiny.

19. století

Během 18. a 19. století byly významnými kolonizátory rozšiřovány plantáže kávovníku zejména v Jižní Americe a Africe. V dnešní době se nachází mezi 23. severní a 25. jižní rovnoběžkou okolo celé zeměkoule „kávový pás“ a plody kávovníku se tak staly hned po ropě obchodní artikl č. 2. Mezi největší producenti na světě patří Brazílie, Indonésie, Keňa, Kolumbie, Kostarika a Mexiko. Celkem se ročně sklídí přibližně šest miliónů tun kávy,

z toho pět miliónů se vyváží. Sto miliónů lidí je existenčně závislých na obchodu s kávou (1) (2).

3.2 Kávovník

Jak již bylo řečeno, káva je produktem kávovníku a z něj je dále zpracována. Kávovník je dřevina, vytrvalá plodina, má mnoho druhů a dorůstá do výšky dva až osm metrů. Jsou však i takové, které dorůstají do výšky patnácti metrů. V dnešní době, kdy je masově pěstována, však dorůstá maximálně do pěti metrů výšky. Plody kávovníku jsou téměř stejné jako plody třešně, doba zrání je devět až čtrnáct měsíců dle místa pěstování. Rostlina roste v subtropickém a tropickém podnebním pásu (3).

K nejnámějším druhům kávovníku patří *Coffea Arabica*, v dnešní době označována zkráceně Arabica a *Coffea Canephora*, jinak též nazývána jako Robusta. Arabica je preferována pro svou lehkou a různorodou chuť, Robusta pak pro značně vyšší obsah kofeinu a silnější chuť.

V současné době je stále uznávaná a používaná klasifikace, kterou vypracoval a stanovil roku 1947 pan Chevalier. Rod *Coffea* rozčlenil do čtyř oblastí- *Agrocoffea*, *Eucoffea*, *Mascarocoffea* a *Paracoffea*. Ekonomicky významnou je zejména sekce *Eucoffea*, jež se dělí následovně (4):

1. podsekce *Erythrocoffea*

- a. *C. Arabica*
- b. *C. Canephora*
- c. *C. Congensis*
- d. *C. lebruniana*
- e. *C. mokka*

2. podsekce *Nanocoffea*

- a. *C. Brevipes*
- b. *C. Munilis*
- c. *C. Montana*
- d. *C. Mayombensis*

- e. *C. Togoensis*
- 3. podsekcce *Pachycoffea*
 - a. *C. Abeokutae*
 - b. *C. Excelsa*
 - c. *C. Klainii*
 - d. *C. Liberica*
 - e. *C. Oyemensis*
- 4. podsekcce *Melanocoffea*
 - a. *C. Affinis*
 - b. *C. Carrisoi*
 - c. *C. Stenophylla*
- 5. podsekcce *Mozambicoffea*
 - a. *C. Eugenioides*
 - b. *C. Ligustroides*
 - c. *C. Racemosa*
 - d. *C. Salvatrix*
 - e. *Schumanniana*
 - f. *C. Zanguebariae*

3.2.1 Kávovník arabský (Arabica)

Coffea Arabica, zkráceně *Arabica*, je velmi významným druhem v celosvětové produkci kávy. Jedná se o preferovanější a kvalitnější druh kávy. Oproti *Robustě* má méně kofeinu, avšak lepší aromatické a chuťové vlastnosti. Výška, které dosahuje, se pohybuje mezi pěti až osmi metry. Tato odrůda kávovníku se geograficky poprvé objevila v severovýchodní Africe. Rostlina roste ve výšce mezi 1300- 2000 m n. m poblíž vodních toků a horských oblastí. *Arabica* se dnes pěstuje po celém světě, zejména však v Brazílii, Kolumbii, Mexiku, Indii, Pobřeží Slonoviny, Indonésie a Etiopie (4). Dle (3) jsou nejvýznamnější tyto druhy:

- *Arabika Bourbon*- tato odrůda byla vysazena Francouzi roku 1708 na ostrově Réunion v Indickém oceánu. Odrůdy z ní lze nalézt v Brazílii a Jižní Americe.

Odrůda se vyznačuje o 30% vyšší produkcí oproti odrůdě Typica, avšak celková sklizeň je menší než u jiných odrůd. Plody Bourbonu jsou malé a rostou velmi blízko u sebe. Plody zrají velice rychle a také rychle opadávají. Výsledná kvalita odrůdy Bourbon je na vysoké úrovni. Plody mají červenou a žlutou barvu.

- *Arabika Caturna*- odrůda vznikla mutací z Arabika Bourbon. Vyšlechtěna byla v Brazílii kolem roku 1930 blízko města Caturra (odtud název pro odrůdu). Vyznačuje se vysokou produkcí a vysokou kvalitou plodů. Oproti tomu má zásadní nevýhodu, a sice, že vyžaduje značnou péči pěstitelů a intenzivní hnojení. Chuť Caturny je známá svou kyselostí a jemným tělem.
- *Arabika Geisha*- řadí se mezi nejvíce žádané odrůdy kávovníku. Byla objevena roku 1931 na jihozápadě africké země Etiopie. Aby bylo z odrůdy vytěženo maximum a dosáhla skvělé chuti, je pěstována ve vysokých nadmořských výškách. Chuť odrůdy Geisha se vyznačuje tóny lesního ovoce a výraznou sladkostí.
- *Hawaii Kona*- káva pocházející ze západní části Havaje, jenž má díky geografickému umístění ideální podmínky k pěstování. Kultivace rostliny proběhla na svazcích sopky Mauna Loa. Často je přidávána do směsí jiných druhů káv. Znamení chuť odrůdy je zapříčiněna půdou bohatou na minerály, ve které je pěstována, silnému slunci, větru a dešťům. Chuť je ovocná, s nádechem oříšků a nízkou aciditou.
- *Jamaica Blue mountain*- též známá pod názvem Jamaica High Mountain Supreme je odrůda pěstována v horských jamajských oblastech. Její historia sahá až do 18. století. Pěstována je v půdě bohaté na minerály a díky stálému teplému jamajskému klimatu se jí velmi dobře daří a její výsledná chuť je elice specifická. Zrání je delší než u ostatních druhů. Rostlina je vysoce odolná proti chorobám a nemocem. Vzhledem k malé rozloze plantáží, na kterých je pěstována a poptávce převyšující nabídku, je cena kávy nadprůměrně vysoká. Aroma se vyznačuje silnou chutí, jemnou aciditou a květinovým aroma.
- *Arabika Maragogype*- odrůda je mutací odrůdy Typica. Objevena byla v Brazílii a je charakteristická svou nadměrnou výškou a nízkou produkcí. Zajímavostí je, že její zrna jsou jedny z největších na světě.

- *Arabika Mundo Nuovo*- jedná se o křížence, vytvořeného přírodou- kombinace odrůd Bourbon a Typica. Objevena byla v Brazílii. Vyznačuje se vysokou odolností, produkcí a silou. Jako nevýhoda je delší doba zrání.
- *Arabika Pacamara*- byla vyšlechtěna roku 1958 v El Salvadoru kombinací odrůd Maragogype a Pacas. Má silné květinové aroma, kořenovité tóny a jemnější tělo.
- *Arabika Typica*- základní druh Arabiky. Stojí na samém počátku zrodu ostatních odrůd. Původem je z Etiopie a rostla též na prvních kávových plantážích na světě v Jemenu. Typica je charakteristická rovným kmenem a kónickým tvarem. Vynikající kvalita plodů si bere daň v podprůměrné míře produkce.

3.2.2 Arabusta

Existují druhy, které jsou z ekonomického hlediska velmi perspektivní. Název Arabusta vznikl spojením dvou nejdůležitějších odrůd Arabika a Robusta. Díky jejich křížení vzniklo mnoho druhů, toto jsou tři nejvýznamnější (4)-

- *C. excelsa*- Roste na území Konga a Vietnamu. Výška keře dosahuje až 20 metrů. Mezi přednosti patří vysoký obsah kofeinu. K nevýhodám patří horší, ostrá chuť.
- *C. liberica*- původem z nížin tropických deštných lesů Afriky. Nyní je pěstován zejména na území Libérie, Kamerunu a Pobřeží slonoviny. Keře dorůstají do výšky 15 metrů. Chuť kávy je hořká a trpká.
- *C. stenophylla*- je možné se s ní setkat v Guinei, Kongu a Sierra Leone. Keř je oproti dvěma předchozím menšího vzrůstu (7 metrů) a nabízí lepší chuťový zážitek.

3.2.3 Kávovník statný (Robusta)

Coffea Canephora, též známá jako Robusta, je původem ze střední a západní Afriky- konkrétně z Konga a Ugandy. Dominantním producentem je Vietnam a Indie. Výška keře dosahuje čtyř až šesti metrů. Zrno se vyznačuje zemitým, dřevitým, olejovitě- gumovým charakterem. Zajímavostí je fakt, že se objevil až pár set let po Arabice, a sice v 18. století. Chuť a aroma není tolik výrazné jako u Arabiky, avšak obsahuje více kofeinu. *Coffea Canephora* se v současnosti pěstuje např. ve Vietnamu, Africe, Asii a Brazílii. Do Asie byla Robusta dovezena v 19. století francouzskými kolonizátory. Robusta se lépe brání

škůdcům, je možno ji sklízet pomocí strojů. Dle dostupných zdrojů je Robusta zastoupena ve světové produkci ze 25-30% (5) (6) (7).

3.2.4 Hlavní rozdíly odrůd Arabica a Robusta

Zásadní a hlavní rozdíly jsou:

- **Nadmořská výška-** Arabika roste nadmořských výškách 1300 až 2000 m n. m., Robusta v 0 až 800 m n. m. Arabice se tedy daří v ve vyšších výškách nežli Robustě.
- **Teplota prostředí-** Nejvhodnější prostředí pro Arabiku se nachází mezi 15 až 24 °C oproti tomu Robusta má raději teplé klima od 24 do 29 °C. Arabika je o mnoho méně náchylnější ke změnám počasí oproti Robustě a dokonce je snese i pokojové prostředí.
- **Pěstování-** Navzdory menší citlivosti na změny klimatu je Arabika náročnější na péči pěstitelů a značně méně vzdoruje napadení škůdci a chorobami. Robusta má odolnost vyšší a péči pěstitelů vyžaduje méně.
- **První plody-** První úroda Arabiky přijde v průměru za čtyři roky, někdy dokonce až za šest let. Plody Robusty přichází dříve, v průměru po dvou až třech letech.
- **Způsob sklizně-** Plody Arabiky po dozrání opadávají, plody Robusty naopak zůstávají na větvích. Robusta se proto sklízí pomocí strojů, což přináší úsporu oproti Arabice, která je ve většině případů sbírána ručně.
- **Tvar zrna-** Arabika má podlouhlé a ploché tělo typickým zakřivením rýhy kdežto Robusta je vypouklá, zaoblená s rovnou rýhou uprostřed.

Obrázek 1-Vizuální rozdíl Arabica a Robusta¹



Zdroj: (8)

- **Chuť-** Výsledný nápoj mezi druhy chuťově odlišný. Arabika je acidnější (kyselejší), chuťově jemnější a aromatictější. Hořkost a zemitost je pak typickým chuťovým atributem Robusty.
- **Kofein-** Robusta může obsahovat až dvakrát více kofeinu nežli Arabika. V průměru se jedná o 120 mg u odrůdy Arabika a 250 mg u Robusty.
- **Využití v obchodě-** Dostupná káva na trhu se ne vždy skládá pouze z jednoho druhu kávovníku, avšak je využíváno druhů různých k vytvoření určité specifické chuti. Arabika, jak již bylo zmíněno, je káva chutnější a aromatictější. Proto se na rozdíl od Robusty do směsí nepoužívá a je prodávána jako jednodruhová. Někdy se též Robusta přimíchává do Arabiky, která dodá Robustě lepší chuť.
- **Produkce-** Navzdory faktu, že Robusta je méně náročnější na pěstování a přináší vyšší výnosy, tvoří většinu prodeje odrůda Arabika. Důvodem je kvalita a chuť.
- **Dominantní exportéři-** Arabika je nejvíce světově exportována z Brazílie, Robusta z Vietnamu.
- **Kvalita-** Díky výše uvedeným faktorům jako je místo výskytu, době dozrání, chuti a aroma je za kvalitnější odrůdu považována Arabika. To je i důvod pro využití Robusty do instantních káv.
- **Cena-** Do výsledné ceny se promítne způsob zpracování, úroda, míra náročnosti pěstování a chuť. Arabika je proto dražší oproti Robustě (9).

¹ Zleva Arabica v surovém a praženém stavu, Robusta v surovém a praženém stavu

3.2.5 Kopi luwak

Obrázek 2- Kopi Luwak



Zdroj: (10)

Kopi luwak znamená v překladu cibetková káva (z indonéštiny kopi=káva a luwak=cibetka). O této kávě se traduje, že byla uvedena na trh již v devatenáctém století rodinou pocházející z Jakaraty. Dříve se tato káva prodávala bohatým nizozemským úředníkům. Rovněž byla káva odkupována čínským obchodem, sídlícím na severu Jakarty. Prvotní otázkou jest, jak k nápadu pít kávu, jenž je součástí trusu, napadlo člověka konzumovat. Káva je vzácná, neboť je její sběr časově náročnější a tím pádem nákladnější. Zvíře jménem cibetka je malý savec, spadající do řádu šelem, čeledi cibetkovitých. Cibetka je podobné kočce a váží přibližně čtyři kilogramy. Žijí v Asii, Africe a jižní Evropě. Vyjma např. hmyzu se cibetky též živí právě kávovými zrny. Dle Shenny Widjajaové, potomka rodiny Widjajaů, která poprvé na trh Kopi luwak uvedla, nepřijde v Indonésii nic nazmar a vše zužitkovat je zakořeněno v její kultuře. Díky tomu se pak zrodila myšlenka vyzkoušet kávu, která prošla trávicím traktem cibetky.

Sběrači, kteří hledají strávenou cibetčí kávu, ji musí následně probrat, nalézt nepoškozená zrna a z nich pak odstranit slupku (obal). Existují dvě teorie o tom, proč má káva tak vynikající chuť. První říká, že si cibetka vybírá jen ty nejlepší plody kávovníku a druhá, že je důvodem její chuti fermentace probíhající v trávicím traktu, která zbaví zrna hořkosti. Ne každý Kopi Luwak však chutná stejně. Výslednou chuť ovlivňuje druh kávy, která je na dané plantáži pěstována a kterou tak cibetka pozřela. Po sebrání sběrači je klíčové, aby

byla zrna správně upražená a připravena. Pražení musí být středně upražená (medium), tedy světle hnědé zbarvení. Silnější pražení by zapříčinilo vyšší hořkost, a tak by káva ztratila svůj charakter. Do kávovaru by měla být umleta hruběji nežli klasická káva.

Dalším důvodem její vzácnosti a velmi vysoké ceny (ceny se liší, pro příklad cena za kávu standardní kvality typu Arabica nebo Robusta je 39 Kč za 50 g (11) a cena kávy Kopi Luwak je 750 Kč za 50 g (12), což je téměř dvacetinásobek.) je fakt, že cibetky se kávovými zrny odmítají živit v zajetí. Není tak možné kávu pěstovat ve velkém, což by jistě mělo dopad na snížení ceny, zpřístupnění širšímu okruhu lidí a tím pádem i ztrátu exkluzivity a vzácnosti. Za jeden rok se dle odbornice v oboru Marie Gorehteyové nasbírá jen několik stovek kilogramů kávy (13).

3.3 Sběr kávy

Jakmile zrna uzrají, provádí se sběr. Způsobů sběru existuje několik. „*Největší problém při sklizni kávy je skutečnost, že ne všechny zrna na jedné větvi zrají současně. To znamená, že je třeba opakovaně provést tzv. ručně-selektivní (z angl. překladu picking) práci na jedné větvi. Na jednu stranu je to nákladné, avšak vzniká tak vysoce kvalitní káva. Řada zemí však dává přednost metodě pásové (z angl. překladu stripping), kdy jsou všechny plody sbírány najednou a ty nezralé jsou odstraněny.*“ (14)

3.4 Zpracování kávy

3.4.1 Suchý proces

Též známý jako „nemytý“, neboli přirozený proces. Tento proces je charakteristický tím, že jsou nově sklizené třesně kávovníku vyselektovány a usušeny na slunci. V závislosti na produkci dané plantáže jsou v některých případech kávová zrna strojově vysušena po té, co byly na slunci po dobu několika dní. Aby bylo zajištěno správné sušení, jsou zrna rozložena rovnoměrně a shrabána pravidelně během celého dne. Tento proces trvá čtyři

týdny a zrna jsou tak zbavena nadměrné vlhkosti. Důležitá je teplota zrn, na kterou jsou vysušena, protože pokud jsou plody přesušeny, zrna jsou křehká a nebude je možné dobře upražit. Naopak kávová zrna obsahující příliš mnoho vody nejsou dobře skladovatelná. Jsou snadno napadnutelná bakteriemi a plísněmi. Pokud je vše korektně provedeno, výsledkem suchého zpracování kávy je jemná a silně zemitá káva.

3.4.2 Polosuchý proces

Uvedená metoda je poměrně novým způsobem zpracování kávy. Používá se zejména v Brazílii a Indonésii. Výsledkem je silně zemitá káva s mírnou kyselinkou. Ve světě se též používá označení „mokrý oloupání“ či „polo-umytý“ proces. Metoda obsahuje mokré broušení, ve kterém je povrch zrn mechanicky odstraněn pomocí rozvlákňovacího stroje. Následuje odstranění slizu, který musí být smyt předtím, než se kávová zrna usuší. Ne vždy se však sliz smývá, a tak se kávová zrna nechají na den usadit a až poté jsou sušena.

3.4.3 Mokrý proces

V obecné rovině lze říci, že mokrý proces znamená promytí kávové dužiny, aby byla odhalena kávová zrna. Mokrý proces zpracování kávy je používáno ke snížení kyselosti v gurmánských kávách, výsledkem je výrazně ovocná chuť. Mokrý proces se aplikuje pomocí fermentace mycí metody, kdy je dřevina zničena mikroby zatímco zrna jsou zfermentována. Fermentací je rozštěpena celulóza ve dřevinu a kávová zrna jsou odhalena. Poté jsou omyta, aby mohlo dojít k oddělení zrn. Druhý způsob aplikace je mokrý proces pomocí mechanické asistence- zrna jsou mechanicky vydrhnuta, dokud se nerozpadnou ze svých slupek (15).

3.5 Pražení kávy

Pražení kávy je v rámci její výroby a cesty ke spotřebiteli velice důležitým faktorem. Káva získá pražením specifické vlastnosti. Způsob a míra upražení má vliv na výslednou chuť

kávy, její aroma, barvu a míru povzbuzujícího účinku. Kávová zrna se praží v pražicích strojích. Teplota pražení dosahuje 200 až 260 °C. Doba, po kterou jsou kávová zrna pražena, kolísá mezi pár minutami až půl hodinou. Zrna během tohoto procesu procházejí změny ve své chemické podstatě. Odlišné zbarvení zrn, vymykající se normálu, nejsou žádoucí. Existuje několik způsobů, jak kávu upražit. Angličané preferují slabé neboli světlé pražení, využívá se pro zrna jemnějšího charakteru. Američané nejraději konzumují kávu středně až tmavě upraženou (druhý jmenovaný způsob je příznačný pro tamní řetězce kaváren), zrna se zbarví do tmavě hnědé barvy a výsledkem je čistá chuť kávy. Ve Francii je upřednostňován ještě tmavší způsob pražení nežli je tomu v Americe, ne však tak černou jakou mají rádi Italové, jejichž káva je velmi silná a hořká. Čeští konzumenti kávy dávají přednost střednímu typu pražení, zrna kávy mají středně hnědé zbarvení (16). Necelou polovinu (42%) trhu s pražením a prodejem kávy ovládají tři společnosti: nizozemská Douwe Egberts, konglomerát Kraft Foods (Mondelez) z USA a nadnárodní společnost Nestlé ze Švýcarska (17).

3.6 Skladování a doprava

Přeprava surové a zelené kávy probíhá v pytlích, vyrobené z přírodní bavlny. Během přepravy a skladování je zapotřebí, aby měla kávová zrna dostatečný přísun vzduchu. Přírodní materiály toto dostatečně zajišťují. Pokud jsou kávová zrna skladována delší dobu, mělo by dojít k jejich vzájemnému promísení, aby byl zajištěn přísun vzduchu pro všechna zrna ze všech stran. Po upražení by se však mělo přístupu vzduchu zamezit, stejně tak vystavení nadměrné vlhkosti, tepla a světlu. Zrna musí být co nejčerstvější, aby byl výsledný nápoj co nejvíce aromatický a chuťově sytý. Omezením výše uvedených faktorů je zajištěna vysoká kvalita zrn a tím pádem i požitek z hotového kávového nápoje.

Obal, ve kterém je upražená káva přepravována, podléhá přísným právním regulacím. Je třeba, aby byl z recyklovatelného materiálu a nebyl v něm obsažen hliník. Dříve se používal dvojitý obal, nyní je preferován jednovrstvý laminovaný obal, což je oproti obalu z kartonu úsporné z hlediska výrobní ceny i objemu. Spotřebitel navíc může obal opětovně zalepit díky přiložené lepící pásce, čímž omezení úniku aromatických látek a čerstvost kávy. Např. ve Spojených státech amerických vznikl obal s tzv. vonným ventilem, skrz

který je z obalu uvolňováno aroma kávy a naopak je znemožněno přístupu vzduchu dovnitř obalu. To umožňuje zachování čerstvosti za současného umožnění spotřebiteli přičichnout k produktu, který zamýšlí koupit. V České republice je možné tento druh obalu spatřit např. na Fairtrade kávě v obchodním řetězci Marks and Spencer. Zabalení kávových upražených zrn je dnes již plně automatizováno či poloautomatizováno za pomoci strojů a objemově-dávkovacích systémů.

Po vyjmutí z obalu od dodavatele je zapotřebí použít vzduchotěsnou nádobu, dostatečně uzavřít a uskladnit na suchém místě v pokojové teplotě, spíše je vhodnější chladnější nežli teplé prostředí. Surová kávová zrna v původních obalech musí umístěna na podstavcích či paletách ze dřeva minimálně deset centimetrů od země a patnáct centimetrů od zdi. Do místnosti by nemělo svítit slunce, měla být udržována v čistotě a teploty maximálně 20 °C. Vlhkost vzduchu by neměla přesáhnout 70 %. Pražená zrna mají dokonce nároky vyšší než zrna surová (zelená). Hrozí u nich rychlejší navlhnutí a tím pádem i náchylnost k biologickým změnám a defektům. Též musí být umístěny na dřevěných konstrukcích či paletách. Oproti surové kávě by měla být místnost dobře větraná. Též se musí zamezit vstupu škůdcům, teplota a vlhkost místnosti je totožná. Skladování by v žádném případě nemělo probíhat současně (surová a upražená zrna). Udávané maximální datum expirace (trvanlivosti) platí pro zachování charakteristických a žádoucích vlastností, uvedených v popisu. Výrobek však může vyhovovat kritériím i po uvedeném datu spotřeby. Doba expirace je přímo úměrná kvalitativních vlastností zrn, obalu a formě uskladnění. Minimální doba trvanlivosti pražených zrn je stanovena příslušnou právní normou, která činí šest týdnů. Pro umletá zrna platí dvacet dní, pražená mletá zrna balená do ochranné atmosféry mají danou lhůtu dva měsíce a pražená zrna vakuově balená dokonce půl roku (16) (18).

3.7 Mezinárodní obchod

Obchodem v obecném pojetí rozumíme ekonomické transakce reálného a finančního charakteru, jenž jsou vázány na směnu zboží a služeb. Díky dělbě práce u nich dochází k rozdělení výrobců a spotřebitelů v místě i čase tzn. k tvorbě trhu. Historicky je obchod nedílnou součástí tržních ekonomik a jednou z nejstarších forem vztahů ve společnosti.

Mezinárodní obchod je obchod, realizovaný v mezinárodním (v současnosti globálním) prostředí a společně se zahraničními investicemi tvoří dvě nejdůležitější formy podnikání v mezinárodním měřítku (19). Mezinárodní obchod znamená import (dovoz) a export (vývoz) zboží, služeb a kapitálu mezi dvěma a více zeměmi. Díky obchodu se státy specializují, což vede ke zvýšení produktivity. Dlouhodobě má vyšší míra obchodování a produktivity pozitivní dopad na životní úroveň všech zúčastněných zemí. „Otevřenost“ národních ekonomik, tedy jejich míra mezinárodního obchodování, vede k jejich vyšší prosperitě. Motivy k mezinárodnímu obchodování jsou následující (20):

- **Rozdíly v nákladech**- tím nejpodstatnějším důvodem jsou odlišné výrobní náklady na výrobu v jednotlivých zemích. Kupříkladu náklady na práci (či cena pracovní síly) je v Číně na zcela jiné úrovni oproti západní Evropě. Hodinová mzda v Číně je na úrovni 1/30 mzdy v západní Evropě. Západoevropská či jiná firma ze země, kde je pracovní síla značně dražší nežli v Číně, zvýší svou konkurenceschopnost tím způsobem, že do Číny outsourcuje část výrobního řetězce a náklady tak značně poklesnou.
- **Rozdíly v dostupnosti přírodních zdrojů**- odlišné podmínky výroby v účastněných zemích. Dané rozdíly mají příčinu v dostupnosti přírodních zdrojů např. zásoby ropy nebo rozlohu zemědělské půdy. Přímořský stát bude vhodný jako námořní dopravní uzel a hornatá země bude schopna vyrábět více elektrické energie v hydroelektrárnách.
- **Rozdíly ve vkusu spotřebitelů**- Pokud by byly podmínky výroby ve všech zemích stejné, stát se bude rozhodovat na základě preference jejich spotřebitelů. Jako příklad si uveďme Švédsko a Norsko. Tyto země se ve stejné míře zabývají chovem hospodářských zvířat i rybolovem. Švédští obyvatelé konzumují více masa, a naopak Norové konzumují více ryb. Oběma země se vzájemný obchod vyplatí, pokud za výhodných podmínek mezi sebou dojednájí export masa z Norska a export ryb ze Švédska.

Dle (19) je mezinárodní obchod z dlouhodobého hlediska určován:

- Rozmístěním výrobních faktorů či zdrojů ve vztahu ke geografické poloze, vyspělosti či historickém vývoji.
- Vývojem hospodářství jednotlivých zemí z dlouhodobého hlediska a vývojem světové ekonomiky, jenž jsou díky vlivu globalizace propojeny.
- Vztahy mezi národními ekonomikami z dlouhodobého hlediska.

Dále autorka definuje faktory z krátkodobého hlediska, které určují vývoj mezinárodního obchodu v průběhu hospodářské recese a vzestupu:

- Úroveň domácí poptávky v daných zemích.
- Stabilita zemí z hlediska politického a makroekonomického.
- Míra ochrany domácích trhů.
- Míra podpory exportu.
- Vývoj měnových kurzů a cen komodit v globálním měřítku.
- Úvěrové podmínky pro účastníky mezinárodního obchodu.

3.7.1 Trh s kávou

Trh s kávou je obecně vzato velmi málo pružný, což má velký význam pro producenty kávy, konkrétně pro tu část obyvatelstva, kteří jsou na produkci kávy závislí. Malí výrobci kávy pěstují kávu i v případě, kdy je cena kávy nižší než obvykle. Káva je pěstována a exportována převážně rozvojovými zeměmi. V období, kdy je cena vysoká, jsou výrobci nuceni zdokonalovat způsoby pěstování i když toho není řada zemí schopna. V obdobích nízkých cen výrobci v produkci pokračují, přičemž někteří velcí producenti výrobu diverzifikují. Toto platí obecně a vzniká tak tendence ke skladování velkých množství zásob, nicméně bývá narušena vlivy klimatu a politickou situací v dané zemi, kde je káva produkována. Ceny výroby tak rostou a příjmy z exportu klesají. V krátkodobém horizontu takové vrcholy cen zapříčiní nárůst produkce kávy i v jiných zemích. Cena za produkci tak roste a příjmy z exportu produkujících zemí klesají. Trh s kávou ve světovém měřítku je heterogenní, neboť jsou na něm nabízeny dvě odrůdy kávy- Arabica a Robusta. Káva je předmětem obchodu buď v jejím syrovém stavu- tzv. zelená káva, v tepelně upraveném

stavu (kdy jsou kávové plody upražené) nebo se obchoduje s kávou v instantní podobě (21).

Vývoj na světovém trhu je spjat s faktory jako jsou stále vyšší náklady na produkci, trvalé směřování k udržitelnosti, zvyšující se poptávka a klimatické změny. Ve světě se každý den vypije kolem dvou miliard šálků kávy, jedná se o jeden z nejvíce konzumovaných nápojů a tím pádem je i předmětem velkého byznysu. Trh s kávou je ovládán víceméně jen pár obchodníky, přičemž tři z nich cca polovinu trhu evropského. Jedná se o globální obchodníka s komoditami Ecom Agroindustrial Corp. Ltd ze Švýcarska (22), Neumann Gruppe z Německa (23) a Volcafe-ED&F Man původem z Londýna (24).

3.7.2 Káva jako komodita a obchodování komoditní burze

Komodity jsou specifickým druhem zboží, se kterými se hromadně obchoduje ve světovém měřítku, přičemž cena je určována na burzách a kvalita není rozlišována. Ta je garantována a dodané zboží od odlišných dodavatelů jsou tím pádem vzájemně zastupitelné. Jako další komodity lze jmenovat např. ropu, pšenici, rýži, zemní plyn, maso, produkty zemědělství, dobytek atd. (19) (25). Na prvním místě nejobchodovatelnějších komodit se nachází zlato, na druhém místě káva. Na burze je obchodováno s kávou stejným způsobem, jako s jinými komoditami. Tam, kde se střetne nabídka s poptávkou, vzniká trh a tedy i stanovení ceny. Na burze se obchoduje s futures kontrakty (typ derivátu na termínované burze ve formě kontraktu), obě ze stran mezi sebou smění dohodnuté množství komodity za předem danou cenu, smlouvenou kvalitu a datum, kdy bude zboží dodáno. Obchodování ceny probíhá za tzv. coffee feature (neboli závazek). S Arabicou se převážně obchoduje na Newyorské burze (NYBOT), s Robustou na burze Londýnské (LIFFE) (26). Burza je zvláštní forma trhu, jenž můžeme popsat znaky, jejichž plnění je pro fungování burzy s komoditami nezbytné (27)-

- Obchod probíhá v pravidelných intervalech na daném místě.
- Obchodní podmínky jsou standardizovány.
- Obchodní artikl je omezen pouze na zboží ve velkých objemech, na trhu se fyzicky nevyskytuje (zboží je zastupitelné) a schválené v rámci standardů burzovního kontraktu.

- Obchodu se mohou účastnit jen schválené (oprávněné osoby), jejichž počet je omezen.
- Veřejně dostupné informace o obchodování (množství, cena, termín dodání).
- Existence značných a obtížně predikovatelných výkyvů v poptávce a nabídce po určitém zboží a tím pádem i pohyby cen.
- Jedná se o trh derivátů (termínovaný i opční), umožňující operace z důvodu omezení cenového rizika (angl. hedging) a obchodování formou spekulací s cílem dosažení zisku.
- Vzhledem k velkým objemům obchodovaného zboží jsou náklady na zprostředkování značně nižší nežli na trhu mimoburzovním (fyzickém).

Cestu kávy od plantáže ke konečnému spotřebiteli lze popsat následovně: Vypěstování, prodej významným značkám (např. Nescafé, Lavazza, Tchibo), ti surovou kávu zpracují a rozdělí (naporcují) do obalů. Následně je distribuována do stovek dalších meziskladů do celého světa, odtud odebírána a následně prodávána v obchodech (28).

3.7.3 Zahraničně-obchodní politika České republiky

Základním cílem tzv. aktivních prostředků je podpora a rozvoj obchodu a zvyšovat aktivity podporující export. K dalším cílům patří organizační zajištění a publikování. Pro účely zásad systémovosti a vytvoření celistvého a doplňujícího se souboru, byly zavedeny proexportní organizace, jako je Exportní Garanční a Pojišťovací společnost (EGAP), Česká exportní banka (ČEB) nebo Česká agentura na podporu obchodu (CzechTrade). Nejvýznamnější instituce zabývající se mezinárodním obchodem v ČR jsou (29):

- **Ministerstvo průmyslu a obchodu**- MPO se zabývá koordinací mezinárodně-obchodní politiky, zaštiťuje dvou a vícestranné obchodní a komoditní dohody. Uskutečňuje zejména spolupráci s mezinárodními organizacemi jako je Evropské sdružení volného obchodu (ESVO) nebo Světovou obchodní organizací (WTO). Z dalších aktivit můžeme jmenovat řízení a vykonávání činnosti v rámci hospodářských vztahů k uplatňování licenčního režimu. V neposlední řadě sleduje

Ministerstvo i dovoz dumpingového zboží a k ochraně importu takových výrobků přijímá náležitá opatření.

- **Česká agentura na podporu obchodu**- Czechtrade je vládní instituce, která má za úkol podporovat český export a zároveň spolupracovat se zahraničními firmami v hledání spolehlivých obchodních partnerů z ČR. Primární činnost této instituce je poskytování přímých služeb např. poskytování informací o překážkách vstupu na zahraniční trh, zjištění míry zájmu o produkt firmy, prezentování firem z ČR v zahraničí apod.
- **Česká exportní banka**- ČEB poskytuje státní podporu tím způsobem, že financuje exportní úvěry a další služby, které s exportem souvisí. Financováním českých exportérů tak umožňuje vstoupit do soutěže na mezinárodní trh za podmínek, jenž využívají jejich největší mezinárodní konkurenti.
- **Česká centra**- jedná se o samostatné příspěvkové organizace Ministerstva zahraničních věcí ČR. Obecně centra mají dělat dobré jméno ČR za hranicemi a aktivně prosazovat její zájmy a prezentují zemi v oblasti cestovního ruchu, kultury a obchodu.
- **Svaz průmyslu a dopravy ČR**- Organizace sdružuje podnikatele a zaměstnavatele ČR v oblasti průmyslu a dopravy. Organizace není státní a je nezávislá na vládě a parlamentu. Cílem svazu je tvorba optimálních podmínek k dynamickému rozvoji podnikání v ČR a hájení zájmů jeho členů.
- **Hospodářská komora České republiky**- HK ČR byla vytvořena, aby podporovala podnikatelské aktivity kromě oblasti zemědělství, potravinářství a lesnictví. Chrání a zajišťuje potřeby svých členů, které se skládají z fyzických a právnických osob ustanovené dle zákona o Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR. Tito členové musí mít sídlo či bydliště na území ČR a podnikat v oblastech mimo zemědělství, potravinářství a lesnictví.
- **Agrární komora České republiky**- AK ČR je sdružení fyzických a právnických osob z oblasti zemědělství, lesnictví a potravinářství. Komora prosazuje a podporuje zájmy svých členů, a to zejména v oblastech legislativy, zahraničních vztahů, oblasti celní a oblasti informatiky.
- **Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky**- SOČR je nezávislé a dobrovolné sdružení fyzických a právnických osobě zejména v obchodě a

cestovním ruchu. Smyslem sdružení je prosazování ekonomických a sociálních zájmů svých členů v rámci platné legislativy ČR.

- **Česká agentura pro podporu podnikání a investic**- Czechinvest podporuje podnikání a investice, jedná se o příspěvkovou organizaci MPO ČR. Jak již bylo zmíněno, cílem této instituce je podporovat konkurenceschopnost podnikatelů v ČR. K podpoře dochází především ve zpracovatelském průmyslu a inovacích. Významná činnost se týká hledání investic v zahraničí a též je agentura výhradní příjemce žádostí v poskytování investičních pobídek (poskytování výhod ze strany státu daným skupinám či firmám).

3.7.4 Mezinárodní světové organizace

3.7.4.1 Světová obchodní organizace WTO

Světové obchodní organizace (anglicky World Trade Organization) řeší mezinárodní obchod v globálním měřítku. Tato organizace se zabývá vzájemnými obchodními vztahy mezi členskými státy, které do ní spadají. Její úkol je podpora rozvoje vícestranného obchodního systému na mezinárodní úrovni. Členové WTO mají cca devadesáti procentní podíl na světovém obchodu. Činnost WTO vychází z dohod z tzv. Všeobecné dohody o clech a obchodu (anglicky General Agreement on Tariffs and Trade, zkráceně GATT). Dohody tvoří základní právní rámec pro mezinárodní obchod a členské státy se jich musí držet. WTO na dodržování dohod dohlíží a vytváří prostředí k podpoře jejich plnění. Součástí činnosti je též zprostředkování diskuzních fór a sněmů, kde se projednávají pravidla obchodování a obchodní konflikty mezi členy organizace. Hlavní cíl organizace je liberalizace mezinárodního obchodu, vztahů a tvorba právního rámce na mezinárodní úrovni, který by platil pro všechny členské země a umožnil jejich plnění. (30) Principy WTO jsou následující: obchod s absencí diskriminace, uvolňování obchodu, obchody probíhají legislativně transparentně, spravedlnost hospodářské soutěže, podpora opatření a reforem k rozvoji nevyspělých zemí.

3.7.4.2 ICO- International Coffee Organization

Mezinárodní organizace pro kávu je organizace, která sdružuje země exportující a importující kávu, pomáhá řešit problémy v těchto oblastech a vytváří prostředí k mezinárodní spolupráci. Založena byla roku 1963 v Londýně pod záštitou Organizace spojených národů (OSN), neboť káva měla velký hospodářský význam. Mezinárodní organizace pro kávu spravuje Mezinárodní dohody o kávě (ICA). Nejnovější dohoda ICA vstoupila v platnost 2.2. 2011 a nese název ICA 2007. ICO je mezivládní organizace jejímž cílem je posílení obchodování s kávou, podpora udržitelného rozvoje v zemědělství této rostliny a podpora všech účastníků obchodu. Členské státy představují 98% světové produkce kávy a 83% světové spotřeby. K červnu 2016 měla ICO 42 vyvážejících a 8 dovážejících členů kávy. Mise ICO, pomocí kterých je usilováno o rozvoj udržitelného rozvoje sektoru kávy a ke snižování chudoby v rozvojových zemích (31):

- Umožnit vládám a soukromým sektorům, aby si vyměnili názory, které se týkají kávy, tržních podmínek a trendů.
- Koordinace politických setkání na vysoké úrovni.
- Rozvoj a hledání finančních prostředků pro projekty, které přispívají ke světovému kávovému hospodářství.
- Propagace kávy pomocí programu Program na zvyšování kvality kávy (z ang. překladu Coffee Quality-Improvement Programme).
- Podpora transparentnosti prostřednictvím zveřejňování široké škály statistických údajů o daném odvětví kávy z celého světa.
- Zvyšování spotřeby kávy a rozšiřování trhu s kávou za pomoci inovačních aktivit rozvoje trhu.
- Podpora rozvoje strategií s cílem zlepšit schopnost místních komunit a drobným zemědělcům.
- Podporovat školící a informační programy na podporu přenosu technologie související s kávou.
- Usnadnit porozumění informací týkající se finančních nástrojů a služeb, které pomáhají producentům kávy.
- Poskytovat objektivní a komplexní ekonomické, technické a vědecké informace o světovém odvětví kávy.

4 Vlastní zpracování

4.1 Certifikace kávy

Společně s rozvojem trhu s kávou se i značně rozšířily její certifikace. Obecně vzato, certifikace deklarují kvalitu, bio pěstování, etické jednání s farmáři, šetrnost k životnímu prostředí. Za certifikovaný produkt se však musí připlácet, to vede ke zvýšení ceny u konečného spotřebitele. Z marketingového hlediska se certifikace produktu s dobrým jménem jeví jako dobrá investice pro producenta, který by měl zvýšit obraty a konkurenceschopnost. Každý farmář musí zvážit své ekonomické možnosti a na základě toho se rozhodnout, zda certifikovat kávu či nikoliv. Na celkové vedení farmy to bude mít zásadní vliv a určení mezí, ve kterých se bude pohybovat. Farmář volí mezi dvěma rozhodnutími, a sice zda se bude zaměřovat na kvalitu kávy či objem produkce. Zásadní problém prodeje kávy je závislost na počasí, zhoršené podmínky během roku budou mít za následek nižší objem produkce a kvalitu kávových zrn. To se pak odrazí na ekonomické situaci podniku. Farmář, který investuje do maximalizace kvality plodů zároveň očekává, že za jeho produkt zaplatí spotřebitelé i odpovídající částku. Problém však je ten, že za zhoršenou kvalitu kávy již nebudou ochotni odběratelé stejnou částku zaplatit. Zde je prostor pro zajištění certifikace, aby se káva na trhu odlišila.

4.1.1 Fairtrade

Obrázek 3- Znak Fairtrade



Zdroj: (32)

"Fairtrade je obchodní partnerství založené na dialogu, transparentnosti a respektu, které usiluje o větší rovnost v oblasti mezinárodního obchodu. Přispívá k udržitelnému rozvoji tím, že nabízí lepší obchodní podmínky a zajištění práv, opomíjených výrobců a pracovníků. - Zejména na Jihu (33)."

Fairtrade je obecně definován jako spravedlivý obchod. Prostřednictvím poskytnutí a dodržování této certifikace je umožněno obyvatelům z afrických, asijských a latinsko-amerických zemí dostat za práci adekvátně zapláceno za předpokladu dodržení důstojných pracovních podmínek.

Principy Fairtrade dle (34):

- **Spravedlivá cena-** Produkty jsou od řemeslníků a pěstitelů spravedlivě odkoupeny. Cena pokrývá produkční náklady a důstojný život pro celou rodinu.
- **Rozvoj komunit-** Subjekty s certifikací Fairtrade mají nárok na tzv. sociální příplatek, což je finanční bonus, která může být použita k investicím do zvýšení produkce, zdravotnické péče, infrastruktury a vzdělání.
- **Ochrana přírody-** Zemědělci usilují o tzv. dlouhodobě udržitelnou produkci. Herbicidy, pesticidy aj. chemie je využívána jen pokud dojde k napadení škůdci nebo propuknou nemoci, nikoliv aby jim bylo preventivně předcházeno.
- **Dlouhodobé obchodní vztahy-** Zemědělec je informován, kdy a v jaké výši dostane svou mzdu za odvedenou práci. To mu umožní si naplánovat budoucnost jak pro sebe, tak pro své blízké. V mnoha případech má také možnost získat prostředky předem.
- **Důstojné pracovní podmínky-** Pracovníci jsou pod smluvní ochranou dodržování pracovního práva ve smyslu pevně stanovené pracovní doby, bezpečnosti práce a minimální mzdové ohodnocení.
- **Rovnoprávnost-** muži a ženy, migranti a národnostní menšiny si jsou rovni. Obecně Fairtrade přispívá ke zlepšení finanční situace žen, tím zlepšuje jejich sociálně- společenskou úroveň a pomáhá ke zvýšení ekonomické nezávislosti na mužích.
- **Demokracie-** Všechny hlasy mají stejnou váhu. Každý člen družstva může vznést námitku na využití sociální prémie, kandidovat na vedoucí pozici a vykonávat ji.

- **Zákaz dětské práce**- Příliš náročná fyzická a psychická práce má na děti neblahý vliv. Společně s tzv. otrockou prací, kdy osobě není hrazena mzda a práci vykonává proti své vůli, je zakázána.

4.1.1.1 Historické milníky ve světě

Tabulka 1: Historie Fairtrade

| rok | událost |
|------------|---|
| 1946 | Menonitská církev začala jako první rozvíjet férový obchod se znevýhodněnými producenty z rozvojových zemích (konkrétně z Portorika). |
| 1949 | Jedna z bratrských církví v USA rozjela program SERRV s cílem podpořit ekonomickou a sociální obnovu válkou zničené Evropy. SERRV je zkratkou „Prodejní výměna pro zaměstnání a rehabilitaci uprchlíků“ (angl. Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation). Jako první produkt se na americký trh dostaly kukačkové hodiny z Německa. |
| 1950 | Nevládní organizace Oxfam začala v Británii prodávat výrobky čínských uprchlíků. |
| 1958 | První specializovaný Fairtrade obchod byl otevřen v USA (Ohio). |
| 1967 | Neformální rozvojové skupiny nizozemských občanů začali dovážet třtinový cukr s poselstvím „koupí této cukrové třtiny dáváte lidem v chudých zemích místo na slunci prosperity.“ |
| 1969 | Neformální rozvojové skupiny lidí z Nizozemska začali importovat třtinový cukr s poselstvím, jenž znělo: „Koupí této cukrové třtiny dáváte lidem v chudých zemích místo na slunci prosperity“. |
| 1973 | Nizozemská organizace Fairtrade Original začala jako první dovážet kávu. Dnes je káva v rámci Fairtrade nejobchodovanějším artiklem. |
| 1973 | Vzniká za podpory rozvojové organizace Solidaridad v Nizozemí první nezávislé Fairtrade označení – Max Havelaar. Prvním certifikovaným výrobkem byla káva z Mexika, jenž dostala název po literární postavě symbolizující vzdor dělníků kvůli jejich vykořisťování na koloniálních kávových plantážích. |
| 1990 | Na hranici osmdesátých a devadesátých let se Fairtrade označení rozšířilo do |

| | |
|------|--|
| | dalších zemí, buď pod názvem Max Havelaar (v Belgii, Švýcarsku, Dánsku, Norsku a ve Francii), nebo Transfair (v Německu, Rakousku, Lucembursku, Itálii, USA, Kanadě a Japonsku), nebo jako Fairtrade Mark (ve Velké Británii a Irsku) atd. |
| 1997 | Vytvoření Fairtrade Labelling Organization (FLO – Mezinárodní organizace pro značení Fairtrade) spojením národních poboček Max Havelaar, Transfair a Fairtrade. 2002 FLO spouští jednotnou známku FAIRTRADE ve všech zemích. |
| 2002 | FLO spouští jednotnou známku FAIRTRADE ve všech zemích. Roční maloobchodní obrat zboží se známkou Fairtrade dosahuje tří set milionů euro. |
| 2005 | Roční maloobchodní obrat zboží se známkou Fairtrade poprvé přesáhl miliardu euro. |

Zdroj: (35)

4.1.1.2 Historie Fairtrade v České republice

Historie Fairtrade v České republice se datuje na rok 2003, kdy se v Brně setkává pár občansky aktivních studentů a lidí, jenž téma Fairtrade oslovilo a následně zjišťují, že v České republice není o tomto přístupu k trhu a hnutí žádné povědomí. V té době existovali pouze fairtradové řemeslné výrobky, potraviny nikoliv. Spojováním lidí se stejnými zájmy, a sice rozšířit Fairtrade výrobky i v naší zemi, vznikla řada organizací:

- **Asociace pro Fairtrade-** sdružuje obchodníky a nevládní organizace, jenž se zabývají Fairtradem. Asociace má na starosti marketing značky, uděluje certifikace a dává povolení k užívání značky Fairtrade v České republice. Členové jsou z maloobchodu, velkoobchodu, importéři a z oblasti propagace.
- **Ekumenická akademie Praha o.s.-** též nevládní organizace. Vzdělává, publikuje, pořádá kampaně a projekty, aby tak přispěla k udržitelnosti životního prostředí a dodržování lidských práv. Mezi její další aktivity se řadí import, velkoobchod a prodej v maloobchodě.
- **Excellent Plzeň, s.r.o.-** firma se zabývá importem a velkoobchodem.
- **Fairově, s.r.o.-** firma se zabývá importem a velkoobchodem.

- **Fairtrade Centrum, s.r.o.-** vyjma importu a velkoobchodu se též zabývá maloobchodním prodejem
- **Mamacoffee, s.r.o.-** provozovatel kaváren, importér, pražírna a velkoobchod s Fairtrade kávou.
- **NaZemi- společnost pro Fairtrade, o.s.-** organizace se zabývá prodejem v maloobchodě v Praze a Brně. K dalším aktivitám patří pořádání kampaní a vzdělávání s cílem zlepšit pracovní podmínky a osvěta o ohleduplné výrobě a spotřebě.

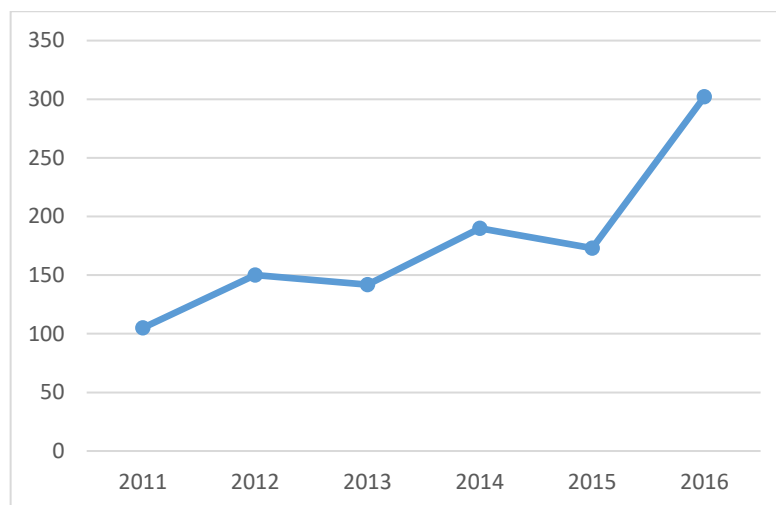
Daný seznam subjektů uvádí ty nejdůležitější instituce. Fairtrade produkty si dnes můžeme pořídit řadě rozličných typů obchodů od těch specializovaných- zdravá výživa, kavárny, internetové obchody po ty méně specializované s větší hloubkou sortimentu- drogerie po obchody s vysokou šíří nabízeného zboží- supermarkety a hypermarkety. Značka je v dnešní době v České republice tak rozšířená, že lze produkt Fairtrade pořídit dokonce i v automatu na kávu (36) (37).

4.1.1.3 Vývoj zájmu o kávu Fairtrade v České republice

4.1.1.3.1 Spotřeba

Dle konzultací se zaměstnanci, veřejně dostupných informací a soukromě poskytnutých informací od Asociace Fairtrade Česko a Slovensko bylo zjištěno, že spotřeba i maloobchodní obrat Fairtrade kávy má rostoucí tendenci. Informace o Fairtrade kávě jsou dostupné od roku 2011 do roku 2016. Z grafu lze vysledovat, že k největšímu nárůstu spotřeby došlo mezi lety 2015 a 2016, kdy došlo meziročnímu nárůstu o 74,57 %. Největší meziroční propad zaznamenal rok 2015, kdy se snížila spotřeba o 8,95 % oproti roku předchozímu. Spotřeba Fairtrade kávy v roce 2016 oproti roku 2011 vzrostla o 197 tun, což je 187,62% nárůst. Komplettní tabulka vývoje a meziročních změn spotřeby Fairtrade kávy v České republice se nachází v Příloze CH.

Graf 1-Spotřeba Fairtrade kávy (v t)

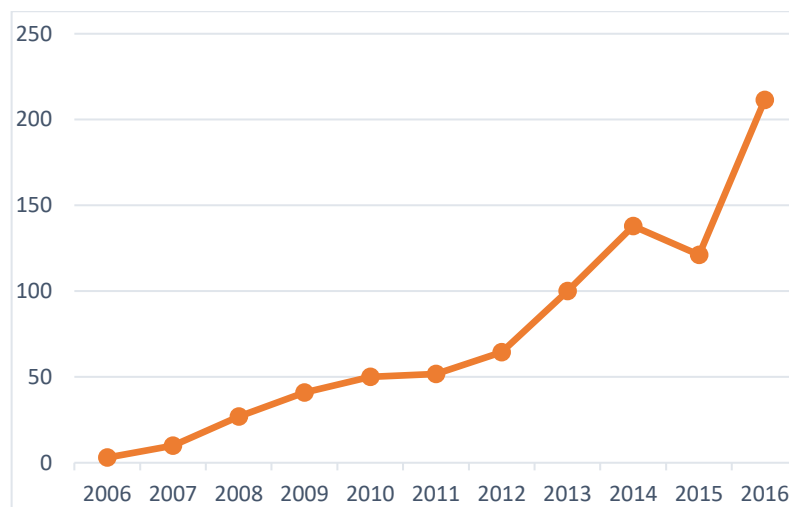


Zdroj: zpracováno dle (38) (39) (40) (41) a konzultací s Asociací Fairtrade Česko a Slovensko a organizací NaZemi.

4.1.1.3.2 Maloobchodní obrat

Z dostupných zdrojů byly zjištěny tržby od počátku prodeje Fairtrade kávy v České republice a jeho vývoj znázorňuje následující graf. Největší procentuální nárůst lze pozorovat již z počátku měřeného období, kdy mezi lety 2007 a 2006 došlo k nárůstu o 233,33 % z 3 miliónů na 10 miliónů. Nejmenší kladný přírůstek zaznamenal rok 2011, kdy se obrat zvýšil o 1,66 mil., což představuje 3,32 % nárůst. Ve sledovaném období došlo pouze k jedinému meziročnímu propadu mezi roky 2014 a 2015: o 16,9 mil. Kč, tedy 12,25 %. Celkový nárůst od roku 2006 do roku 2016 činí 208,4 mil. Kč, což je nárůst o 6 964 %. Kompletní tabulka se nachází v příloze I.

Graf 2- Maloobchodní obrat Fairtrade kávy (v mil. Kč)



Zdroj: zpracováno dle (38) (39) (40) (41) a konzultací s Asociací Fairtrade Česko a Slovensko a organizací NaZemi.

4.1.2 Ostatní certifikace

4.1.2.1 Direct trade

Obrázek 4- Znak Direct trade



Zdroj: (42)

Direct trade neboli Přímý obchod, je obchodní termín a partnerství mezi dvěma subjekty, jenž napomáhá transparentnosti. Prvním z nich jsou ti, kdo kávu praží a na druhém konci

těmi, kdo ji pěstuje. Tím pádem do obchodu nevstupují prostředníci a organizace, které mají pod kontrolou např. certifikace jako Fairtrade nebo Bird friendly. Pěstitelé tedy sami rozhodnou, jak chtějí kávu certifikovat. Jedná se o relativně nový trend ve světě kávy a její certifikace. Direct trade je považováno za prospěšné z důvodu budování vzájemných vztahů mezi výrobcí a producenty. Některé pražírny užívají Direct trade specifitčtějším způsobem. V rámci Direct trade jsou pěstitelé odměňováni dle výše jejich produkce, což může a nemusí být pro každého producenta výhodné. Na straně jedné se jedná spravedlivé odměňování, na straně druhé se může zemědělec díky špatné úrodě dostat do finančních problémů. Nižší příjmy z prodeje však mohou pokrýt prodeje z roku minulého, kdy se farmáři zadařilo. Vzhledem možnosti přímé domluvy mezi zemědělcem a pražírnou si mohou obě strany domluvit prohlídku na plantáži a zástupce pražírny vybere dle svého nejlepšího uvážení (43) (44).

4.1.2.2 Rainforest Alliance

Obrázek 5- Znak Rainforrest Alliance



Zdroj: (45)

Organizace Rainforest Alliance je nezisková a sídlí v New Yorku. K cílům organizace patří zachovat biologickou rozmanitost prostřednictvím udržitelného rozvoje zejména v zemědělství a lesnictví. Organizace uděluje farmářům certifikaci na základě dodržování standardů pro životní prostředí a pracovních norem. Farmy mají povinnost udržovat nebo obnovovat přírodní lesní porost, přičemž je třeba pokrýt sedmdesát stromů na jeden hektar půdy. Není dovolen zásah do vodních toků a ničení přirozeného vegetačního pásu mezi obydleným místem a farmou. Není dovoleno obchodovat s divokými zvířaty, zasahovat do

ekosystému a vypouštět do přírody odpadní vodu. K pracovním normám patří zejména omezení práce dětí na minimum, přičemž dětem do patnácti let je práce zcela zakázána. Děti na patnáct let mohou nosit maximálně dvacet procent své hmotnosti, pracovat v životu nebezpečných oblastech, a to vždy s doprovodem odpovědné osoby- rodiče nebo poručníka. Dále je důraz kladen na mzdu, která musí mít alespoň minimální výši. V neposlední řadě platí i zákaz diskriminace. Dobrovolnický pracovník organizace Rainforest udělí dle plnění norem hodnocení pomocí bodů a je-li to nezbytné, navrhne i doporučení na vylepšení. Následně vydává pracovník doporučení, které dále směřuje k nezávislé komisi, která buď žádost o certifikaci schválí či nikoliv. Cena za certifikaci se vyměřuje na základě velikosti farmy, frekvence pravidelných plateb je jedenkrát do roka (46) (47).

4.1.2.3 Bird friendly

Obrázek 6- Znak Bird friendly



Zdroj: (48)

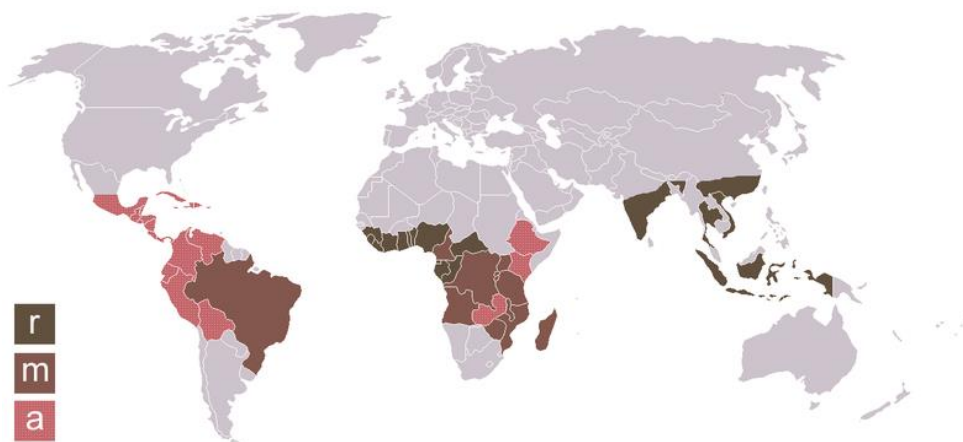
Certifikace Bird friendly pochází ze Spojených států amerických, konkrétně ze Smithsonianova centra stěhovavých ptáků (The Smithsonian Migratory Bird Center), jenž se zabývá pohybem a chováním stěhovavých ptáků. Ústav přišel s tím, že se stěhovavých ptáků vrací do svých domovů stále méně. Jako důvod uvedl stále ustupující tropický deštý prales. Ústav se pyšní výrobou jediné stoprocentně organické a zastíněné (angl. shade-grown) kávy. Farma má nárok na udělení certifikace za předpokladu, že pěstuje spolu

s kávovníky i stromy, aby byla zachována rozmanitost ptačích druhů. Kávovníky s tímto označením nejsou pěstovány na plantážích, avšak na farmách spolu se stromy, které poskytují ochranu nejen kávovým keřům, ale umožňují i lepší pracovní podmínky pro farmáře. Pěstování v zastínění má pro udržitelnost v oblasti ekologie velký význam a o pozitivním dopadu lze hovořit i ve výsledné chuti (díky delšímu zrání ve stínu) a kvalitě. Káva je označována jako ekologická, neboť je pěstována bez použití pesticidů a ve zdravé půdě. Na základě několika desetiletých výzkumů dospěl ústav ke vhodné kombinaci listového krytí, výšky stromů a diverzity, které jsou klíčové pro poskytnutí útočiště stěhovavého ptáka za současného udržení produktivity farmy (49) (50).

4.2 Producenti kávy

Obrázek 2 znázorňuje rozdělení světové produkce dle odrůd. Káva je pěstována zejména v tropech v Africe, v Asii a v Latinské Americe. V poslední jmenované oblasti je pěstována zejména Arabica s výjimkou Brazílie, kde se pěstují obě odrůdy. V Africe územně převažuje Robusta s variantou M (tedy kombinací obou odrůd) a v Asii je pěstována jen Robusta, přičemž Vietnam v produkci této odrůdy dominuje. Vyčerpávající seznam oblastí, kde je káva produkována dle (18): Kostarika, Salvador, Dominikánská republika, Guatemala, Honduras, Kuba, Guadeloupe, Haiti, Jamajka, Martinik, Mexiko, Nikaragua, Panama, Portoriko, Bolívie, Brazílie, Sao Paulo, Paraná, Espirito Santo, Rio de Janeiro, Bahia, Pernambuco, Ekvádor, Galapágy, Kolumbie, Peru, Surinam, Venezuela, Angola, Benin (Dahome), Burundi, Gabun, Guinea, Kamerun, Etiopie, Keňa, Pobřeží slonoviny, Malawi, Kongo, Madagaskar, Libérie, Rwanda, Sierra Leone, Tanzanie, Togo, Středoafriká republika, Mozambik, ostrov sv. Helena, Svatý Tomáš, Princův ostrov, Jihoafrická republika, Súdán, Uganda, Jemen, Zambie, Zimbabwe, Čína, Filipíny, Indie, Indonésie, Réunion, Tchaj-wan, Srí Lanka (Ceylon), Vietnam, Austrálie, Havaj, Nová Kaledonie, Tahiti, Papua- Nová Guinea.

Obrázek 7: Geografické znázornění pěstování odrůd²



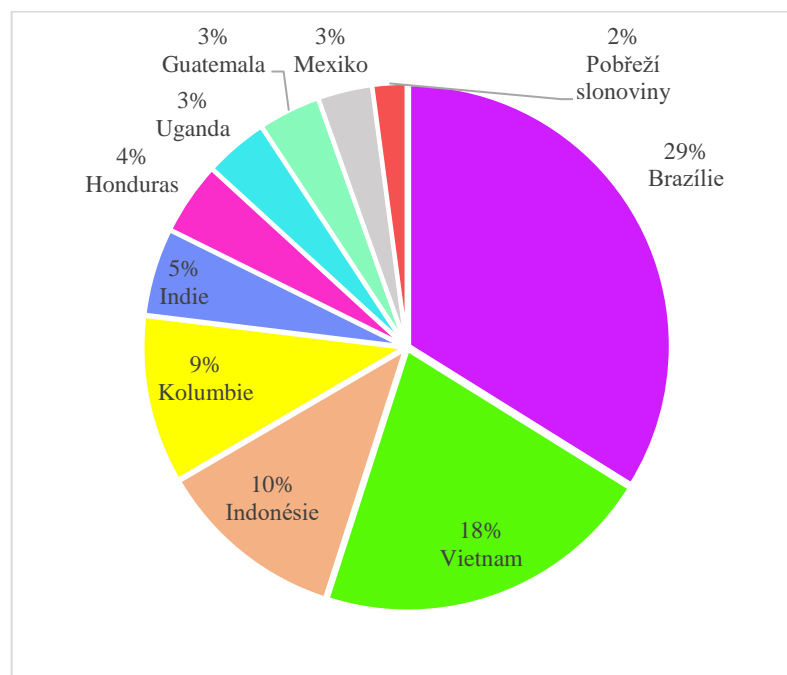
Zdroj: (51)

4.3 Exportéři kávy

Na základě analýzy veřejně dostupných historických dat z ICO byl proveden výpočet podílu na celkovém vývozu. Vyčerpávající seznam lze nalézt v příloze B. Autor práce srovnal deset zemí, které vyváží kávu nejvíce. Údaje byly srovnány v letech 1992-2013. Data pro další roky k jednotlivým zemím nejsou dostupné, k dispozici jsou pouze celkové úhrny. Druhý sloupec obsahuje absolutní hodnoty vývozu v tis. 60 kg pytlech. Světovému vývozu k roku 2013 dominuje Brazílie s celkovým podílem na vývozu 29 %, oproti roku 1992 je vyváženo o 68% více. Následuje Vietnam s 18 % na světovém podílu, přičemž lze pozorovat nejvyšší nárůst od prvního sledovaného období ze všech zemí na světě, navýšení vývozu je o 917%. Třetí nejvíce exportující zemí je Indonésie se světovým podílem 10 %. Nejméně s uvedených zemí vyváží Guatemala, Mexiko a Pobřeží slonoviny. Honduras se umístil na druhém v místě v míře procentuálního nárůstu oproti roku 1992. Ze zemí, jenž vykazují pokles exportu oproti prvnímu sledovanému období je na tom nejhůře Pobřeží slonoviny s 56,84 %, Kolumbie s 41,62 % a Mexiko se 6 %. Celosvětově bylo roku 2013 vyvezeno 110 509 tis. 60 kg pytlů kávy.

² Převládající odrůda: A= Arabica, R= Robusta, M= obě odrůdy v přibližně stejném množství.

Graf 3- Největší světoví exportéři kávy



Zdroj: Vlastní zpracování dle (52)

Na následující tabulce je možné kvantitativně porovnat deset největších vývozců kávy a jejich % změny od prvního měřeného roku. Změna od prvního roku byla autorem vypočítána jako rozdíl posledního naměřeného roku a prvního naměřeného roku a následně vydělen prvním naměřeným rokem, tedy: množství exportované kávy v roce 2013 minus množství vyexportované roku 1992 děleno množstvím vyexportované roku 1992. Brazílie je vývozem z Jižní Ameriky a zároveň exportérem č. 1. Druhé místo v Asii i celosvětově zaujímá Vietnam.

Tabulka 2- Největší světoví exportéři kávy

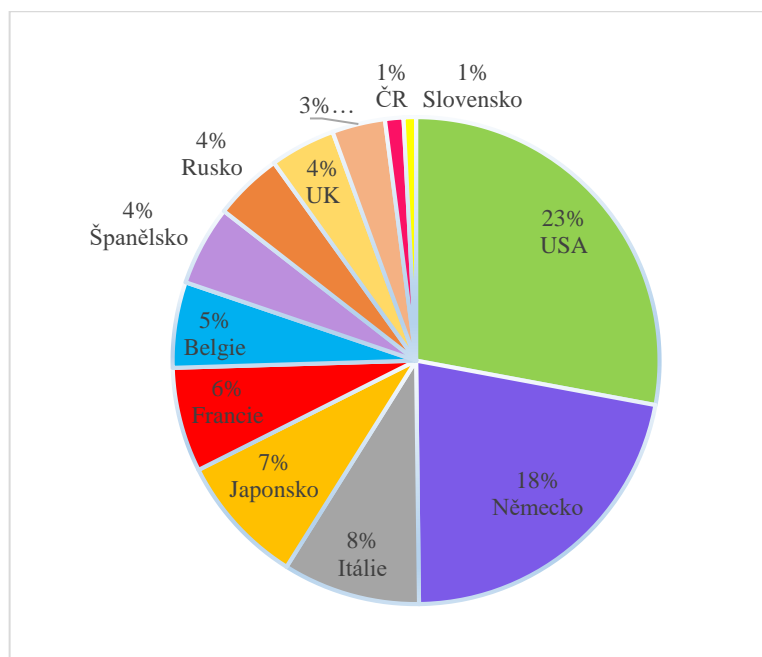
| země | celkem | pořadí | změna od prvního roku |
|--------------------------|--------|--------|-----------------------|
| Brazílie | 31 662 | 1. | 68,50 % |
| Vietnam | 19 718 | 2. | 917,63 % |
| Indonézie | 10 882 | 3. | 136,37 % |
| Kolumbie | 9 670 | 4. | -41,62 % |
| Indie | 5 033 | 5. | 177,08 % |
| Honduras | 4 185 | 6. | 113,52 % |
| Uganda | 3 672 | 7. | 87,24 % |
| Guatemala | 3 575 | 8. | 7,42 % |
| Mexiko | 3 132 | 9. | -6,00 % |
| Pobřeží slonoviny | 1 962 | 10. | -56,84 % |

Zdroj: Vlastní zpracování dle (52)

4.4 Importéři kávy

Do světového srovnání zemí importujících kávu dat z ICO byla zařazena ke komparaci i Česká republika a Slovensko. Z následujícího grafu je patrné, že světovému dovozu dominuje USA s celkovým podílem 23 %. Na druhém místě s 18 % se umístilo Německo, jenž je za USA o pouhých 5 % pozadu. Zajímavostí je, že počet obyvatel Německa je o 220 milionů méně nežli v USA (Německo 80 mil., USA 300 mil.). Druhým největším evropským a třetí celosvětovým dovozcem kávy je Itálie. Těsně za ní následuje Japonsko, které je světovým asijským importérem č.1. Česká republika a Slovensko se podílí na světovém importu shodně kolem 1 %, přičemž pro ČR platí 1,01 % a pro Slovensko 0,6 % podíl na celosvětovém dovozu. Celosvětově bylo roku 2013 dovezeno 116 773 tis. 60 kg pytlů kávy.

Graf 4- Největší světoví importéři kávy



Zdroj: vlastní zpracování dle (52)

Tabulka 5 znázorňuje pořadí zemí s absolutními hodnotami dovezené kávy v tis. kg pytlech za rok 2013 a % změnu tohoto roku oproti období prvnímu, tedy roku 1992. K největšímu nárůstu došlo na Slovensku, a sice o 177,08 %. Česká republika se z tohoto pohledu umístila na druhém místě se 149,26 %. Vysoký nárůst též vykazuje Itálie s 92,01 %. USA importovalo o 17,77 %, téměř stejné množství kávy jako v roce 1992 dovezla Francie a Nizozemsko. Do žádné z uvedených zemí nebylo dovezeno menší množství, nežli v roce 1992. Ve světovém dovozu se Česká republika umístila na 18. místě a Slovensko zaujímá k roku 2013 26. pozici.

Tabulka 3- Největší světoví importéři kávy

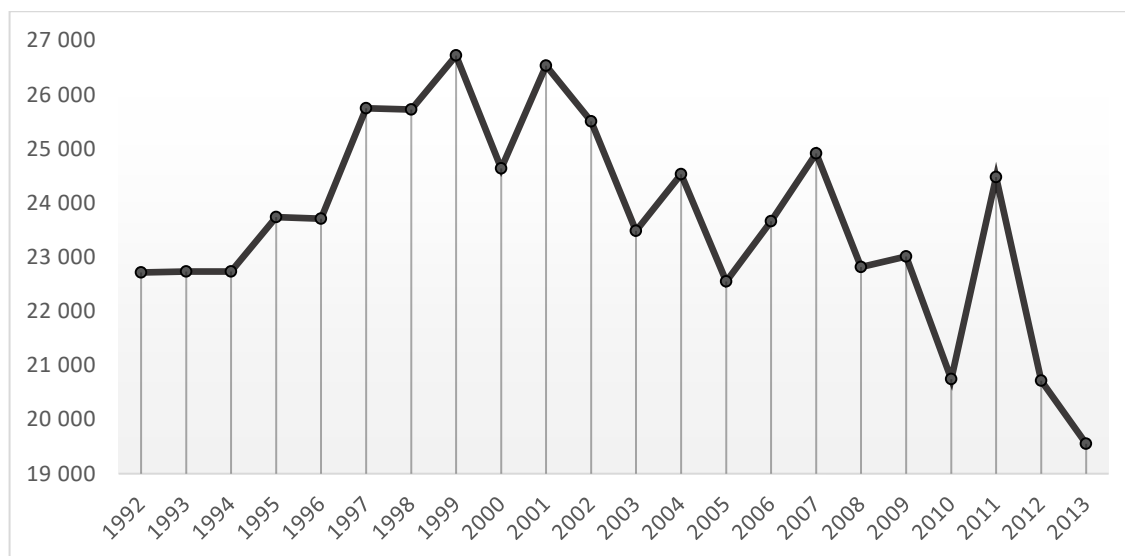
| země | celkem | pořadí | změna od prvního roku v % |
|-------------------|--------|--------|---------------------------|
| USA | 27 016 | 1. | 17,77 % |
| Německo | 21 174 | 2. | 53,56 % |
| Itálie | 8 823 | 3. | 92,01 % |
| Japonsko | 8 381 | 4. | 57,36 % |
| Francie | 6 713 | 5. | 1,53 % |
| Belgie | 5 502 | 6. | 83,22 % |
| Španělsko | 5 137 | 7. | 50,47 % |
| Rusko | 4 410 | 8. | 83,22 % |
| UK | 4 206 | 9. | 36,2 0% |
| Nizozemsko | 3 407 | 10. | 6,30 % |
| ČR | 1 184 | 18. | 149,26 % |
| Slovensko | 798 | 26. | 177,08 % |

Zdroj: vlastní zpracování dle (52)

4.5 Vývoj spotřeby kávy v České republice

Na Grafu 5 lze sledovat křivku s celkovou spotřebou kávy v České republice v jednotlivých letech. Vynásobením počtu obyvatel v daném roce se spotřebou na osobu v kilogramech a následném převedením na tuny, bylo dosaženo hodnot na ose y. Data byla získána z veřejně dostupné databáze na internetových stránkách Českého statistického úřadu. Od roku 1992 do roku 1999 je patrná stoupající tendence přičemž v témže roce bylo dosaženo i historického vrcholu v počtu tun spotřebované kávy. Následoval meziroční propad o 7,79 %, rok poté o nárůst o 8,12 % a po zbytek sledovaného období je patrný kolísavý a klesající trend. Česká republika nejvíce kávy spotřebovala v letech 1999, 2001 a 1997. Nejmenší spotřeba byla evidována v posledním sledovaném období roku 2013, dále rok předtím roku 2012 a třetí nejmenší spotřeba kávy byla naměřena roku 2010. Nejvyšší meziroční nárůst byl roku 2011 o 17,96 % a další rok následoval největší historický propad o 15,36 %. Veškeré historické meziroční procentuální změny jsou obsaženy v Příloze H.

Graf 5- Spotřeba kávy v České republice (v t)



Zdroj: Vlastní zpracování dle (53) (54)

4.5.1 Ekonometrický model

4.5.1.1 Lineárně regresní model

Ke zjištění míry vlivu na maloobchodní obrat Fairtrade kávy v České republice byly vybrány odpovídající faktory. Volba proměnných proběhla s ohledem na dostupnost dat a dostatečně dlouhou časovou řadu pro modelování ekonometrického modelu. Před výpočty byly zvažovány dvě proměnné, jež však do modelu nemohly být zahrnuty. Jsou jimi spotřebitelská cena Fairtrade kávy a její celková roční spotřeba. První jmenovaná proměnná nebyla a není v České republice sledována, ke druhé proměnné data existují pouze od roku 2011.

V následujícím ekonometrickém modelu je sledován maloobchodní obrat Fairtrade kávy v závislosti na spotřebitelské ceně zrnkové kávy, spotřebitelské ceně černého porcovaného čaje, spotřebě černého porcovaného čaje a průměrné hrubé měsíční mzdě. Čaj byla zvolena z důvodu očekávání substitučního vztahu ke kávě. Zahrnutí časového vektoru vyjádří vliv meziroční změny závislého na čase. Hodnot v posledním naměřeném období bylo dosaženo extrapolací. Výše maloobchodního obratu v prvním naměřeném období byla

stanovena kvalifikovaným odhadem. Tabulka původních dat a tabulka dat po provedení postupných diferencí se nachází v Příloze C a v příloze D.

Zápis lineárního ekonometrického modelu je následující:

$$y_{1t} = \gamma_1 x_{1t} + \gamma_2 x_{2t} + \gamma_3 x_{3t} + \gamma_4 x_{4t} + \gamma_5 x_{5t} + \gamma_6 x_{6t} + u_{1t}$$

Deklarace proměnných

y_{1t} - Maloobchodní obrat Fairtrade kávy (v mil. Kč.); v Gretlu zkratka „Mo_obrat_ft_kav“

x_{1t} - Jednotkový vektor

x_{2t} - Spotřebitelská cena zrnkové kávy (v Kč/100 g/os.); v Gretlu zkratka „ScZrnkK_Kc_100g“

x_{3t} - Spotřebitelská cena čaje (Kč/100 g/os.); v Gretlu zkratka „ScCaj_Kc_100g“

x_{4t} - Průměrná hrubá měsíční mzda (v tis. Kč); v Gretlu zkratka „Mzda_tis_Kc“

x_{5t} - Časový vektor, v Gretlu zkratka „time“

x_{6t} - Spotřeba čaje (v kg/os./rok); v Gretlu zkratka „Spotreba_caj_kg“

u_t - Náhodná složka (v mil. Kč.), v Gretlu zkratka „uhat“

Korelační matice

Aby byl splněn jeden z předpokladů LRM, bylo potřeba otestovat, zda se mezi vysvětlujícími proměnnými vyskytuje multikolinearita (vzájemná závislost). Za nežádoucí multikolinearitu lze považovat hodnoty od -0,8 do 0,8. Korelační koeficienty za použití pozorování v letech 2005-2016 (chybějící hodnoty byly přeskočeny) znázorňuje následující tabulka (5% kritická hodnota= 0,4329, pro $n= 12$).

Tabulka 4- Korelační matice

| Mo_obrat_ft_kav | ScZrnK_Kc_100g | ScCaj_Kc_100g | Mzda_tis_Kc | Spotreba_caj_kg | time | |
|-----------------|----------------|---------------|-------------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | 0,8663 | 0,8812 | 0,8847 | -0,5633 | 0,9349 | Mo_obrat_ft_kav |
| | 1 | 0,9666 | 0,9412 | -0,6694 | 0,9607 | ScZrnK_Kc_100g |
| | | 1 | 0,9407 | -0,6077 | 0,9593 | ScCaj_Kc_100g |
| | | | 1 | -0,5219 | 0,9731 | Mzda_tis_Kc |
| | | | | 1 | -0,619 | Spotreba_caj_kg |
| | | | | | 1 | time |

Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel na základě výpočtu v software Gretl

Z uvedené tabulky je patrné, že se v modelu vyskytla multikolinearita. Žlutě podbarvené hodnoty vyjadřují závislost mezi vysvětlujícími proměnnými. Cena zrnkové kávy koreluje s cenou čaje, mzdou a časovým vektorem. Dále koreluje cena čaje se mzdou a časovým vektorem. Poslední nežádoucí závislost lze spatřit mezi mzdou a časovým vektorem. Zeleně podbarvené hodnoty nelze za multikolinearitu považovat, neboť se jedná o žádoucí závislost mezi endogenní proměnnou maloobchodní obrat a exogenními proměnnými.

Pro vyřešení multikolinearity mezi regresory byly provedeny postupné diference u následujících proměnných – cena zrnkové kávy, mzda a cena čaje.

Korelační matice po provedení změn

Tabulka 5- Korelační matice po provedení změn

| Mo_obrat_ft_kav | d_ScZrnK_Kc_1 | d_ScCaj_Kc_10 | d_Mzda_tis_Kc | Spotreba_caj_kg | time | |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|--------|-----------------|
| 1 | -0,0198 | 0,1838 | -0,1672 | -0,5633 | 0,9349 | Mo_obrat_ft_kav |
| | 1 | 0,3685 | 0,1704 | -0,203 | 0,0252 | d_ScZrnK_Kc_1 |
| | | 1 | 0,2209 | 0,266 | 0,1957 | d_ScCaj_Kc_10 |
| | | | 1 | 0,5259 | -0,4 | d_Mzda_tis_Kc |
| | | | | 1 | -0,619 | Spotreba_caj_kg |
| | | | | | 1 | time |

Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel na základě výpočtu v software Gretl

Z korelační matice je nyní patrné, že po provedení vybraných proměnných na postupné diference se již nežádoucí multikolinearita nevyskytuje.

Zápis ekonometrického modelu po převedení vybraných proměnných na postupné diference:

$$y_{1t} = \gamma_1 x_{1t} + \gamma_2 d_{x_{2t}} + \gamma_3 d_{x_{3t}} + \gamma_4 d_{x_{4t}} + \gamma_5 x_{5t} + \gamma_6 x_{6t} + u_{1t}$$

Volba proměnných a předpoklady reakce na jejich změny

Při snížení přírůstku spotřebitelské ceny zrnkové kávy nelze jednoznačně stanovit směr působení, protože při zvýšení ceny by poptávka nemusela silně zareagovat a u maloobchodního obratu dojde ke zvýšení. Pokud by ovšem poptávka reagovala velmi pružně, spotřebitelé si budou kupovat výrazně méně kávy a poté by obrat vyjádřený v peněžních jednotkách klesl.

Při zvýšení přírůstku ceny čaje lze očekávat nárůst obratu, protože budou spotřebitelé nakupovat čaje méně.

Zvýšením přírůstku mezd lze očekávat zvýšení obratu, spotřebitelé budou nakupovat více neboť budou disponovat více finančními prostředky.

V případě časového vektoru lze očekávat kladný směr působení parametru, protože v uvedeném období docházelo spíše k nárůstu obratu (rostoucí trend).

Dojde-li ke zvýšení spotřeby čaje, lze očekávat pokles obratu kávy. Zvýšení spotřeby čaje zapříčiní, že budou spotřebitelé kávu kupovat méně.

Odhad modelu pomocí Běžné metody nejmenších čtverců

Vzhledem k provedení postupných diferencí se časová řada snížila o jedno období. Lineárně-regresní model byl odhadnut pomocí software Gretl a vyšly následující hodnoty:

Model 1: OLS, za použití pozorování 2006-2016 (T = 11)

Závisle proměnná: Mo_obrat_ft_kav

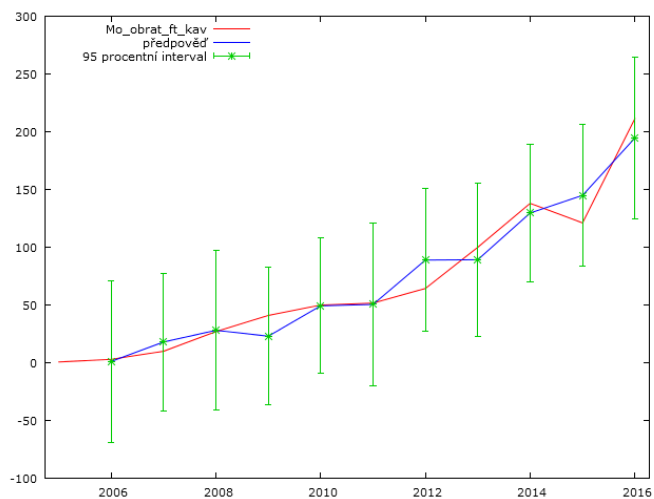
| | <i>Koeficient</i> | <i>Směr. chyba</i> | <i>t-podíl</i> | <i>p-hodnota</i> | |
|-------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------------|------------------|-----|
| const | -48,5232 | 52,8087 | -0,9188 | 0,40033 | |
| d_ScZrnK_Kc_1 | -4,82098 | 4,51845 | -1,0670 | 0,33478 | |
| d_ScCaj_Kc_10 | 0,384584 | 3,5439 | 0,1085 | 0,91780 | |
| d_Mzda_tis_Kc | 42,7995 | 16,5458 | 2,5867 | 0,04903 | ** |
| time | 18,4593 | 2,85501 | 6,4656 | 0,00132 | *** |
| Spotreba_caj_kg | -160,048 | 170,401 | -0,9392 | 0,39073 | |
| | | | | | |
| Střední hodnota závisle proměnné | 74,31909 | Sm. odchylka závisle proměnné | | 62,82615 | |
| Součet čtverců reziduí | 2032,910 | Sm. chyba regrese | | 20,16388 | |

| | | | |
|-------------------------------|-----------|------------------------------------|----------|
| Koeficient determinace | 0,948496 | Adjustovaný koeficient determinace | 0,896993 |
| F(5, 5) | 18,41613 | P-hodnota(F) | 0,003092 |
| Logaritmus věrohodnosti | -44,31463 | Akaikovo kritérium | 100,6293 |
| Schwarzovo kritérium | 103,0166 | Hannan-Quinnovo kritérium | 99,12436 |
| rho (koeficient autokorelace) | -0,465406 | Durbin-Watsonova statistika | 2,661556 |

Zdroj: vlastní výpočet v software Gretl

Na následujícím grafu lze pozorovat vývoj teoretických a skutečných hodnot obratu. Modrá křivka znázorňuje teoretické hodnoty a červená křivka znázorňuje skutečné hodnoty obratu.

Graf 6- Skutečné vs. teoretické hodnoty



Zdroj: vlastní zpracování v software Gretl

Odhadnutá forma ekonometrického modelu

$$y_{1t} = -48,5232x_{1t} - 4,82098d_{x_{2t}} + 0,384584d_{x_{3t}} + 42,7995d_{x_{4t}} + 18,4593x_{5t} - 160,048x_{6t} + u_{1t}$$

Ekonomická verifikace modelu

Pro parametr γ_2 , proměnnou x_2 platí:

Pokud se zvýší přírůstek spotřebitelské ceny zrnkové kávy o 1 Kč/100 g, sníží se maloobchodní obrat Fairtrade kávy o 4,82 mil. Kč. Ceteris paribus. Potvrdil se předpoklad, že reakce spotřeby na cenu kávy je silná a zvýšení ceny zrnkové kávy způsobí pokles obratu.

Pro parametr γ_3 , proměnnou x_3 platí:

Zvýšení přírůstku spotřebitelské ceny čaje o 1 Kč/100 g vyvolá zvýšení maloobchodního obratu Fairtrade kávy o 0,38 mil. Kč. Ceteris paribus. Výsledný parametr odpovídá stanovenému předpokladu. Lidé budou po zvýšení ceny čaje více konzumovat kávu.

Pro parametr γ_4 , proměnnou x_4 platí:

Zvýšení přírůstku hrubé měsíční mzdy o 1 tis. Kč. vyvolá zvýšení maloobchodního obratu Fairtrade kávy o 42 mil. Kč. Ceteris paribus. Po zvýšení platu budou lidé kávu spotřebovávat více. Parametr odpovídá předpokladu.

Pro parametr γ_5 , proměnnou x_5 platí:

Když se zvýší počet období o jeden rok, zvýší se maloobchodní obrat Fairtrade kávy o 18,46 mil. Kč. Ceteris paribus. Parametr odpovídá předpokladu, jedná se o kladný meziroční přírůstek.

Pro parametr γ_6 , proměnnou x_6 platí:

Když se zvýší spotřeba čaje o 1 kg/os/rok, maloobchodní obrat Fairtrade kávy se sníží o 160,048 mil. Kč. Ceteris paribus. Parametr odpovídá předpokladu.

Statistická verifikace modelu

Statistickou verifikací jsou posouzeny statistické významnosti odhadnutých parametrů. P- hodnota deklaruje hladinu významnosti α , na které je zamítána nulová hypotéza. Je-li p- hodnota menší než vybraná α (v našem případě 0,05), nulová hypotéza se zamítá a parametr je statisticky významný na dané hladině významnosti.

Tabulka 6- Statistická verifikace

| Koeficient | p-hodnota | α | Vyhodnocení |
|------------|-------------|----------|------------------------|
| -48,5232 | 0,40033 | 0,05 | Statistická významnost |
| -4,82098 | 0,33478 | 0,05 | Nevýznamný |
| 0,384584 | 0,91780 | 0,05 | Nevýznamný |
| 42,7995 | 0,04903 ** | 0,05 | Významný |
| 18,4593 | 0,00132 *** | 0,05 | Významný |
| -160,048 | 0,39073 | 0,05 | Nevýznamný |

Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel na základě výpočtu v software Gretl

Koeficient determinace se a vašem případě rovná $R^2 = 0,95$. Tzn. že změny Maloobchodního obratu Fairtrade kávy jsou z 95 % vysvětleny změnami použitých vysvětlujících proměnných. P-hodnota pro f test se rovná 0,003, to znamená, že model je jako celek statisticky významný.

Ekonometrická verifikace modelu

Podmínky nutné pro aplikaci konkrétních ekonometrických metod se ověřují v rámci ekonometrické verifikace. Zdrojem výstupů u všech tří testů je počítačový software Gretl.

Test normality reziduí

Test normality reziduí -

Nulová hypotéza: chyby jsou normálně rozdělené

Testovací statistika: $\chi^2(2) = 1,21548$

s p-hodnotou = 0,54458

P hodnota 0,54458 je vyšší než hladina významnosti 0,05, přijímá se nulová hypotéza. Chyby jsou normálně rozdělené.

Test heteroskedasticity

Breusch-Paganův test heteroskedasticity -

Nulová hypotéza: není zde heteroskedasticita

Testovací statistika: $LM = 2,73558$

s p-hodnotou = $P(\chi^2(5) > 2,73558) = 0,740671$

P hodnota 0,740671 je vyšší než hladina významnosti, nulová hypotéza se přijímá, v modelu není přítomna heteroskedasticita.

Test autokorelace reziduí

LM test pro autokorelaci až do řádu 1 -

Nulová hypotéza: žádná autokorelace

Testovací statistika: LMF = 1,09906

s p-hodnotou = $P(F(1,4) > 1,09906) = 0,353637$

P hodnota 0,353637 je vyšší než hladina významnosti, přijímá se nulová hypotéza, v modelu není přítomna autokorelace.

Elasticita modelu

Tabulka 7- Elasticity

| | const | d_ScZrnK_ Kc_1 | d_ScCaj_Kc _10 | d_Mzda _tis_Kc | time | Spotreba _caj_kg |
|------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------|---------------------|
| dy/dx | -48,52 | -4,82 | 0,38 | 42,80 | 18,4593 | -160,05 |
| Průměr | 1 | 1,21 | 1,79 | 0,86 | 7,00 | 0,24 |
| Elasticity | -0,65290357 | -0,078274 | 0,00925719 | 0,49466 | 1,7386529 | -0,5114 |

Zdroj: vlas vlastní zpracování v Microsoft Excel na základě výpočtu v software Gretl

Interpretace pružností

Pro parametr γ_2 , proměnnou x_2 platí:

Pokud se zvýší přírůstek spotřebitelské ceny zrnkové kávy o 1 %, maloobchodní obrat Fairtrade kávy se sníží o 0,08 %. Ceteris paribus.

Pro parametr γ_3 , proměnnou x_3 platí:

Zvýšení přírůstku spotřebitelské ceny čaje o 1 % vyvolá zvýšení maloobchodního obratu Fairtrade kávy o 0,009 %. Ceteris paribus.

Pro parametr γ_4 , proměnnou x_4 platí:

Zvýšení přírůstku hrubé měsíční mzdy o 1 % vyvolá zvýšení maloobchodního obratu Fairtrade kávy o 0,495 %. Ceteris paribus.

Pro parametr γ_5 , proměnnou x_5 platí:

Když se zvýší počet období o 1 %, zvýší se maloobchodní obrat Fairtrade kávy o 1,739 %. Ceteris paribus.

Pro parametr γ_6 , proměnnou x_6 platí:

Když se zvýší spotřeba čaje o 1 %, maloobchodní obrat Fairtrade kávy se sníží o 0,5112 %. Ceteris paribus.

Z uvedeného vyplývá, že z diferencovaných proměnných má největší vliv na Maloobchodní obrat Fairtrade kávy výše hrubé mzdy, jenž má dokonce větší vliv než-li spotřebitelská cena zrnkové kávy a spotřebitelská cena porcovaného černého čaje dohromady. V porovnání cen kávy a čaje má větší vliv na obrat cena kávy.

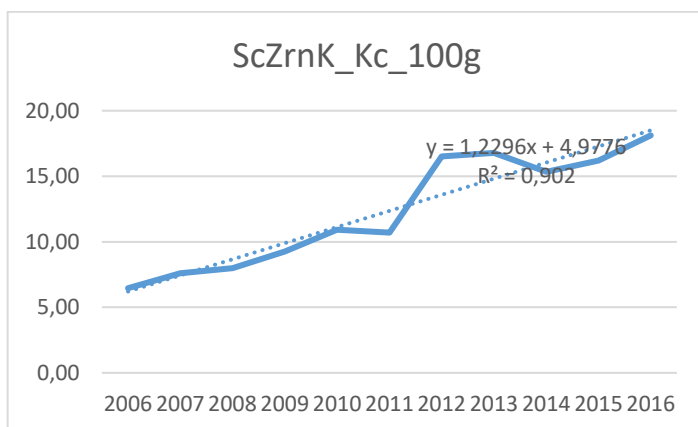
Prognózy

Ex ante

Prognóza ex-ante slouží k předpovědi do proměnných do budoucna. Pro stanovení prognózy bylo nutné nejdříve udělat prognózu vysvětlujících proměnných. Prognóza vysvětlujících proměnných byla provedena na základě lineární trendové funkce. Následující grafy zobrazují jednotlivé vysvětlující proměnné a odhadnuté lineární trendové

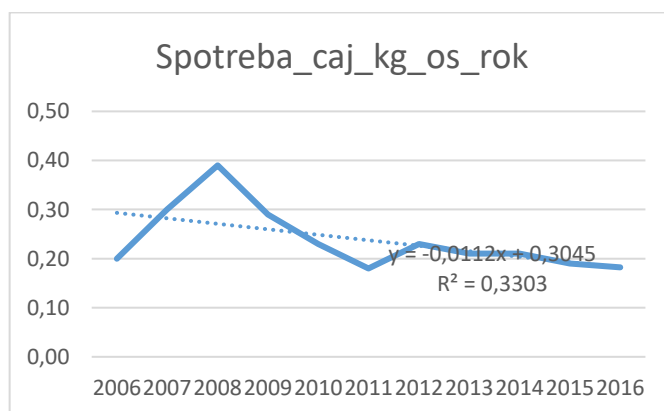
funkce včetně koeficientů determinace. Následující grafy obsahují 11 pozorování, pro stanovení budoucích hodnot vysvětlujících proměnných se do odhadnutých trendových funkcí dosadily hodnoty 12 a 13 (hodnota časového vektoru).

Graf 7- Trendová funkce spotřebitelské ceny zrnkové kávy



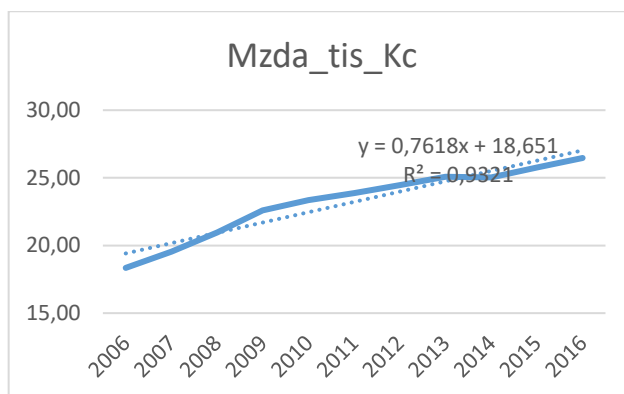
Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel

Graf 8-Trendová funkce spotřeby černého porcovaného čaje



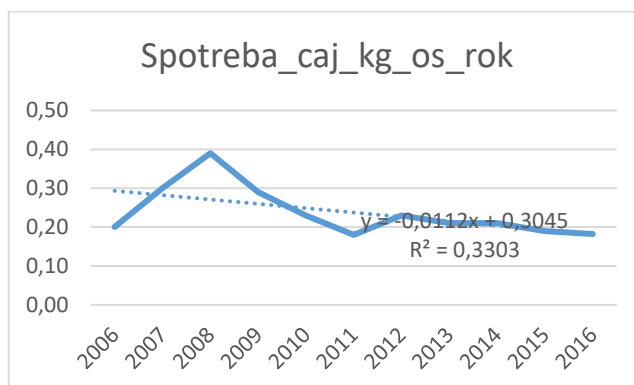
Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel

Graf 9- Trendová funkce hrubé měsíční mzdy



Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel

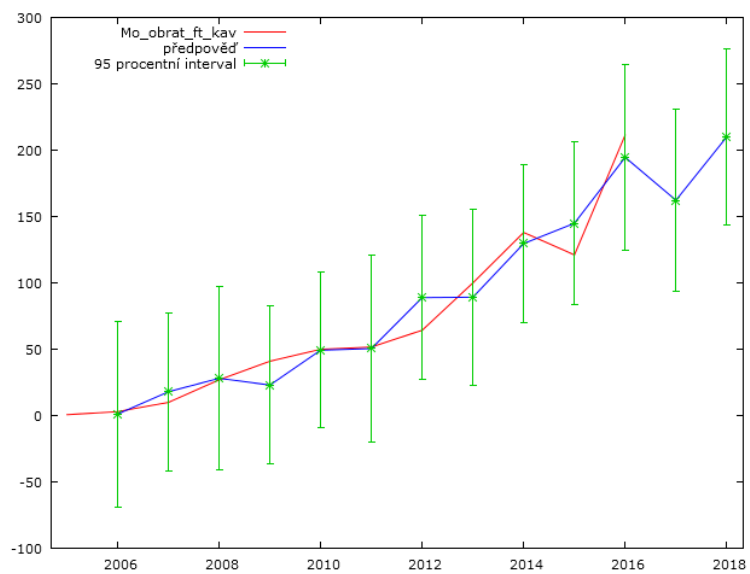
Graf 10- Trendová funkce spotřeby černého porcovaného čaje



Zdroj: vlastní zpracování v Microsoft Excel

Výsledné hodnoty prognóz vysvětlujících proměnných byly dosazeny do odhadnutého ekonometrického modelu a na základě prognózy lze říci, že se maloobchodní obrat Fairtrade kávy roce 2017 sníží na 162,3 mil. Kč a v roce 2018 dojde ke zvýšení na 209,97 mil. Kč.

Graf 11- Předpověď vývoje obratu Maloobchodního obratu Fairtrade kávy



Zdroj: vlastní výpočet v software Gretl

4.5.2 Primární šetření- Sortiment a ceny kávy Fairtrade

Z důvodu nedostupnosti celistvého souboru či úhrnných statistik k cenám kávy Fairtrade, byl proveden průzkum trhu. Na následující tabulce je možné porovnat produkty a jejich ceny přepočítané na 100 g vč. DPH, akční zboží není zahrnuto. Do vzorku obchodů byly zahrnuty licenční partneři Asociace Fairtrade Česko a Slovensko, kterými jsou Fair Bio, Fair Café NaZemi, Mammacoffee a Volkafe. Dále byl proveden průzkum na internetových srovnávacích Heureka.cz a Zboží.cz, z nichž byl vybrán veškerý dostupný sortiment zrnkové kávy. Seznam je aktuální k březnu 2017. Zkoumaný vzorek čítá 36 produktů a vzhledem k tomu, že se v něm nevyskytoval žádný, který by se výrazně cenově odchyloval (jak v minimu v tak maximu), zůstal ponechán v původní podobě. Nejlevnější Fairtrade kávu Finest Costa Rican nabízí obchod Tesco za 42 Kč. Dva nejdražší produkty Ethiopia Djimmah a Honduras Genuine Marcala prodává obchod Manucafe shodně za 118 Kč. Průměrná hodnota cen činí 75 Kč a medián se rovná 67 Kč. Vezmeme-li v potaz srovnání s poslední naměřenou hodnotou Českým statistickým úřadem pro spotřebitelskou cenu zrnkové kávy (18,12 Kč), průměrná cena Fairtrade kávy je 4x vyšší. Konkrétní seznam a počet výrobků kávy, z něhož je spotřebitelská cena měřena, není na webových stránkách Statistického úřadu dostupný. K dispozici je pouze tabulka s výběry cenových reprezentantů- od ledna 2012-2016 se počet pro celý soubor Potravín a nealkoholických nápojů rovnal 161 (55). Po následné konzultaci se zaměstnancem Českého statistického úřadu bylo zjištěno, že počet výrobků kávy se rovná několika desítkám a zároveň byl potvrzen autorův předpoklad o nerozlišování certifikované či necertifikované kávy.

Tabulka 8- Ceny Fairtrade kávy vybraných prodejců

| Produkt | Maloobchodní cena vč. DPH | Prodejce | Produkt | Maloobchodní cena vč. DPH | Prodejce |
|--------------------------------------|---------------------------|----------------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Bio Exception N°16 | 61 Kč | Bezlepkové Potraviny | Fair Cafè NaZemi | 54 Kč | Obchod NaZemi |
| Bio Kalinda Caraibes Haiti | 68 Kč | Bioorganic | Puro FUERTE | 86 Kč | Pomněnka |
| Bio Langani Moka Etiopie | 74 Kč | Bioorganic | Puro NOBLE | 90 Kč | Pomněnka |
| Cafedirect BIO Machu Picchu | 79 Kč | BioPohoda | Lavazza Tierra | 54 Kč | Prodejka |
| Bio Congo, Lake Kiwu#2 | 108 Kč | Fair Bio | Kaffa- divoká etiopská káva | 108 Kč | Samuel |
| Bio Nicaragua, Jinotega Mancotal | 100 Kč | Fair Bio | Mauro Caffè BIOFAIRTRADE | 60 Kč | Skvělá káva |
| Brasil, Santos Lajinha, Minas Gerais | 79 Kč | Fair Bio | Finest Costa Rican | 42 Kč | Tesco |
| Bio espresso, Cafédirect | 51 Kč | Fairově | Tchibo Espresso Barista | 50 Kč | Tchibo |
| Espresso Arabica, Cafédirect | 66 Kč | Fairově | Barista Caffè Crema | 50 Kč | Tchibo |
| Bio espresso, Cafédirect | 43 Kč | Fairově | FLO Mexico Altura Superior | 87 Kč | Volkafe |
| Bio Chantico | 58 Kč | Fairtrade centrum | FLO Nicaragua SHG San Juan | 100 Kč | Volkafe |
| Chicco D'Oro Fairtrade | 84 Kč | Chicco Doro | Bio Tépéyac | 63 Kč | Vyziva-pro-fitness.cz |
| Simon Lévelt Etiopie | 56 Kč | La-vin | Rapunzel Gusto Espresso | 52 Kč | Zdravá výživa |
| Bio Guatemala SHB ADENISA | 105 Kč | Mammacoffee | Bio Kalinda Caraibes | 62 Kč | Zdrave-oleje.cz |
| Bio Ethiopia Siadamo OROMIA CFCU | 115 Kč | Mammacoffee | Bio Natura | 45 Kč | Zdrave-oleje.cz |
| Ethiopia Djimmah | 118 Kč | Manucafe | Bio Alcima | 63 Kč | Zdrave-oleje.cz |
| Mexico Chapas | 113 Kč | Manucafe | Bio Nicaragua Organico | 80 Kč | Zdrave-oleje.cz |
| Honduras Genuine Marcala | 118 Kč | Manucafe | Bio Cafe de origen | 45 Kč | Zelenyeshop.cz |

Zdroj: vlastní zpracování dle (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65)

4.5.3 Dotazníkové šetření

Bylo provedeno dotazníkové šetření v terénu. Cílem šetření je zjistit srovnání a vývoj spotřebitelského chování mezi lety 2014 a 2017. Autor disponuje průzkumem, který mu byl poskytnut pracovníky Asociace Fairtrade Česko a Slovensko a jenž provedl institut evaluací a sociálních analýz Inesan v roce 2014. Pro účely diplomové práce a získání co největšího vzorku lidí byly vybrány jen některé z nich. Dotazník obsahuje celkem 4 otázky, což většina respondentů ocenila a byla tak ochotna s autorem spolupracovat. Průměrná doba vyplňování jedním respondentem se odhaduje na 1 minutu.

Celkový vzorek respondentů se rovná 157. Následující tabulka uvádí procentuální podíly „tvrdých“ dat dle pohlaví, věku a hrubému měsíčnímu příjmu. Výběr respondentů probíhal náhodně, nicméně zde byla alespoň minimální snaha o rovnoměrné rozložení mezi muže, ženy a jednotlivé věkové kategorie. Větší ochotu k vyplňování prokázaly ženy. Největší věkové zastoupení měla kategorie od 31-40 let, nejmenší 61 a více let. Většina respondentů svůj příjem zařadila do kategorie v průměru, následovala kategorie nad průměrem a nejméně respondentů svůj příjem označilo jako podprůměrný.

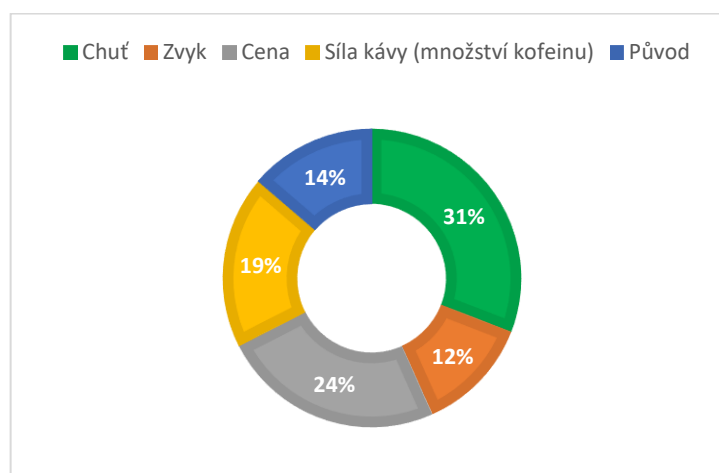
Graf 12- Struktura respondentů

| | | |
|---|------------------|-----|
| Pohlaví | Muž | 43% |
| | Žena | 57% |
| Věk | 15-20 | 11% |
| | 21-30 | 20% |
| | 31-40 | 27% |
| | 41-50 | 18% |
| | 51-60 | 13% |
| | 61 a více | 9% |
| Hrubý měsíční příjem vzhledem k průměru ČR (29 320 Kč). | Pod průměrem | 18% |
| | Přibližně průměr | 46% |
| | Nad průměrem | 35% |

Zdroj: vlastní zpracování

Dotazník začínal otázkou týkající se preferencí při nákupu kávy obecně. Vzhledem k tomu, že se nelze rozhodovat pouze na základě jednoho faktoru při nákupu statku, respondenti volili právě dvě možné odpovědi, které jsou pro ně nejvíce důležité. Nejvíce volenými faktory byla chuť a cena. Následuje preference ke stimulující složce kávy- kofeinu, jenž měl ze všech možných odpovědí 19 % zastoupení. Za nejméně důležité považují respondenti původ kávy a nákupní zvyklost. Výsledky není možné srovnat s minulostí, neboť si ji autor práce vymyslel pro účely diplomové práce a institut tento dotaz při průzkumu nepokládal.

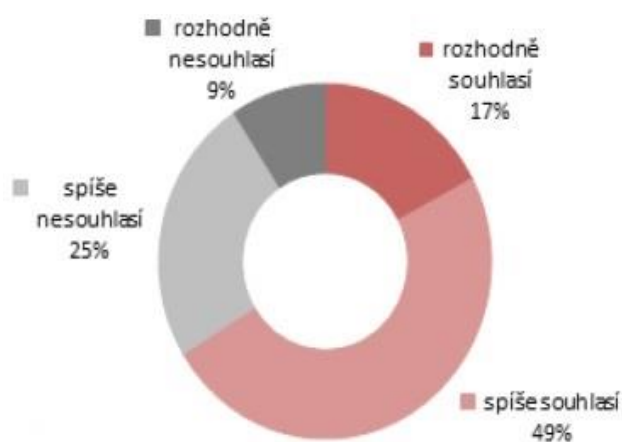
Graf 13- Podle čeho se spotřebitel rozhoduje při nákupu kávy v roce 2017



Zdroj: vlastní zpracování

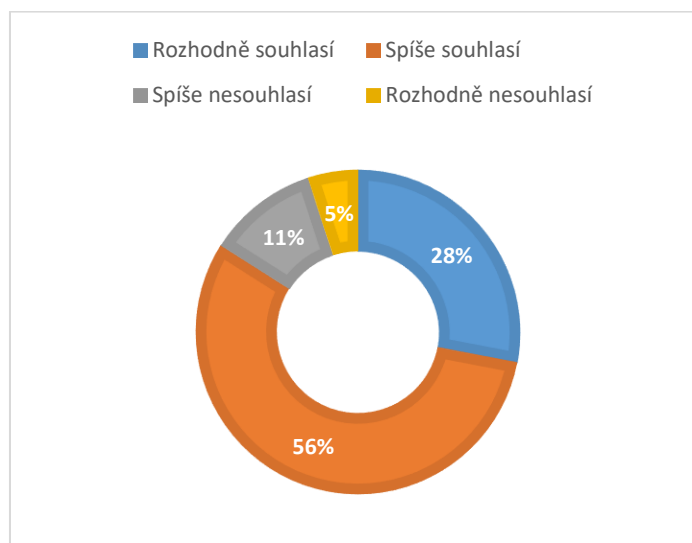
Druhá otázka měla zjistit míru souhlasu s tvrzením "Zajímá mě, odkud pocházejí výrobky, které si kupuji." Zde již lze časově srovnávat, nutno však podotknout, že před třemi lety proběhlo dotazníkové šetření s 1 327 respondenty. Z grafů lze pozorovat, že se součet míry souhlasu (spíše souhlasí a rozhodně souhlasí) zvýšil o 17 % ze 67 % v roce 2014 na 84 % v roce 2017. Lze říci, že se spotřebitelé o původ výrobků zajímají více a je pro ně důležitý. Za zmínku stojí zjištění, že oproti předchozí otázce volila většina respondentů souhlasnou odpověď. Konkrétně u kávy však pro spotřebitele není původ důležitý.

Graf 14- Zájem o původ výrobků v roce 2014



Zdroj: Asociace Fairtrade Česko a Slovensko

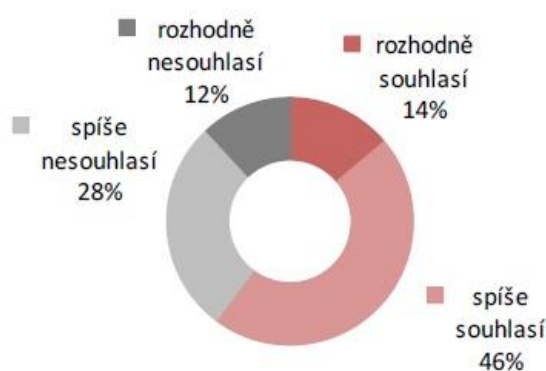
Graf 15- Zájem o původ výrobků v roce 2017



Zdroj: vlastní zpracování

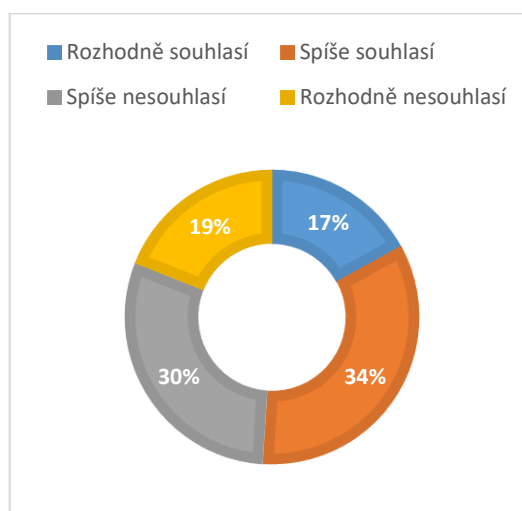
Ve třetí otázce měli respondenti též projevít míru souhlasu s tvrzením jako v předchozí otázce. Tentokrát však nebyl zjišťován původ výrobku, nýbrž názor, zda může být jejich nákup prospěšný pro producenty. Tvrzení znělo: "I já sám(a) mohu pomoci svými nákupy drobným producentům v zemích třetího světa." U této otázky je patrný pokles 9 % v souhlasných odpovědích. Zatímco v roce 2014 bylo pro 60 %, o tři roky později je podíl souhlasných odpovědí jen 51 %. Stále však lze pozorovat silné přesvědčení o pomoci producentům, jenž jsou na této činnosti závislí. Vzhledem k počtu odpovídajících občanů před třemi lety a nyní lze hovořit o velmi podobném výsledku. Sledovaný počet respondentů volil v roce 2017 souhlasné a nesouhlasné odpovědi téměř půl na půl.

Graf 16- Postoj k pomoci producentům 2014



Zdroj: Asociace Fairtrade Česko a Slovensko

Graf 17- Postoj k pomoci producentům 2017



Zdroj: vlastní zpracování

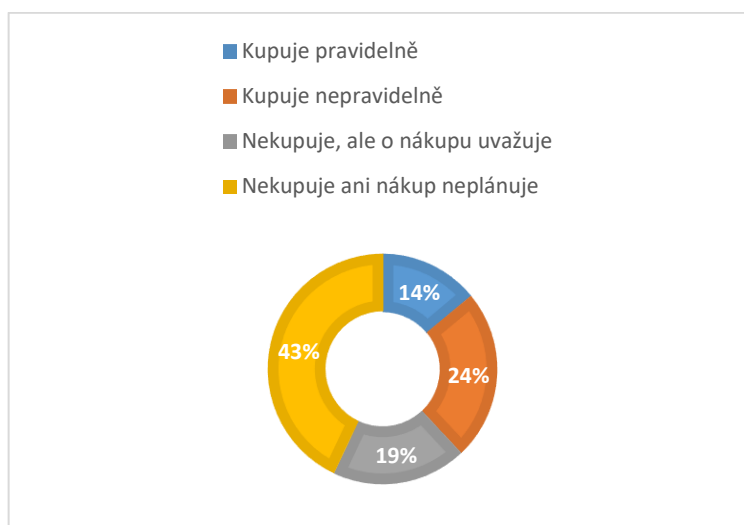
Dotazník zakončovala otázka, která zjišťovala pravidelnost nákupu kávy s označením Fairtrade. S rokem 2014 lze srovnávat pouze orientačně, neboť výzkumní pracovníci zkoumali nákup veškerých Fairtrade výrobků jako takových. Konkrétně u této otázky autor zjišťoval, jaké pohlaví v dané skupině dominuje. Pravidelně a nepravidelně kupující tvoří dohromady 38 %. Druhá skupina, která Fairtrade kávu nekupuje, zaujímá 62 %, tedy většinu z celkového počtu. Fairtrade kávu více nakupují ženy, v druhé skupině naopak silně dominují muži (vzhledem k jejich celkovému počtu)- celkem 55 z celkového vzorku 67 tohoto pohlaví, Fairtrade kávu nenakupuje. Z toho plyne, že ženy znatelně více poptávají Fairtrade kávu oproti mužům, kteří volili pravidelný či nepravidelný nákup pouze ve 12 případech. Průzkum z roku 2014 ukázal nákup o 4 % nižší.

Graf 18- Nákup výrobků Fairtrade v roce 2014



Zdroj: Asociace Fairtrade Česko a Slovensko

Graf 19- Nákup kávy Fairtrade



Zdroj: vlastní zpracování

5 Závěr a zhodnocení výsledků

V praktické části byly definovány principy Fairtrade, jenž jsou spravedlivá cena (kdy jsou produkty od řemeslníků spravedlivě odkupovány, cena pokrývá produkční náklady a důstojný život pro celou rodinu), nárok na sociální příplatek, snaha o trvalou udržitelnost, spravedlivá mzda (o níž je zemědělec předem informován), důstojné pracovní podmínky (bezpečnost práce a pevně stanovená pracovní doba), rovnoprávnost mezi muži a ženami, demokratické rozhodování v rámci družstva a zákaz dětské práce. Tyto faktory jsou silným motivačním faktorem k nákupu certifikovaného výrobku Fairtrade pro sociálně smýšlející spotřebitele. Na základě uvedených faktorů lze konstatovat smysluplnost nákupu výrobku Fairtrade.

V práci bylo znázorněny rostoucí trendy spotřeby a maloobchodního obratu Fairtrade kávy. V případě spotřeby došlo k největšímu nárůstu mezi lety 2015 a 2016 o 74,57 % a naopak největší propad zaznamenal rok 2015, kdy se snížila spotřeba o 8,95 %. Celkový nárůst spotřeby činí mezi roky 2011 a 2016 197 tun kávy. Maloobchodní obrat Fairtrade kávy zaznamenává stabilní růst s výjimkou jednoho meziročního propadu mezi roky 2014 a 2015. Celkový nárůst obratu od roku 2006 činí 208,4 mil. Kč. Z uvedených hledisek lze konstatovat, že trh kávy Fairtrade se bude dále vyvíjet a rozšiřovat.

Srovnání světového exportu a importu v letech 1992-2013 přineslo následující výsledky. V množství vyvezené kávy dominuje Brazílie s celkovým podílem 29 % na světovém vývozu v roce 2013. Následuje Vietnam s 18% podílem a třetím největším exportérem kávy je Indonésie s 10% podílem. Celosvětově se roku 2013 vyvezlo 110 509 tis. 60 kg kávy. Za zmínku stojí velký procentuální nárůst množství vyvezené kávy z Vietnamu, jenž oproti prvnímu období vykazuje nárůst o 917,63 %. Tato asijská země je též světovým exportérem Robusty č.1. Nejvíce importující zemí je USA s celkovým podílem 23 % na celkovém dovozu. Za ní následuje Německo s 18% podílem, jenž je tak největším evropským dovozcem. Třetí pozici v množství importu zaujímá Itálie s 8 %. Největším asijským a zároveň čtvrtým největším světovým dovozcem kávy je Japonsko se 7 % na celkovém množství vyvezené kávy za rok 2013. Do importérů byla zahrnuta i Česká republika a Slovensko. Obě země shodně dováží kolem 1 %, přičemž ČR o cca 0,4 % více. Celosvětově bylo roku 2013 dovezeno 116 773 tis. 60 kg pytlů kávy. ČR i Slovensko

vykázalo největší procentuální nárůst importu oproti prvnímu sledovanému období, roku 1992. V případě ČR se jednalo o 149,26 % nárůst a k roku 2013 se umístila na 18. místě na světě. Na základě analýzy spotřeby kávy v České republice lze však pozorovat od roku 1992 do roku 2013 klesající spotřebu. Tento faktor v otázce kladné budoucnosti kávy na českém trhu nepřispívá.

Na základě ekonometrického modelu vyplývá, že z diferencovaných proměnných má největší vliv na maloobchodní obrat Fairtrade kávy výše hrubé mzdy, jenž má dokonce větší vliv než-li spotřebitelská cena zrnkové kávy a spotřebitelská cena porcovaného černého čaje dohromady. V porovnání cen kávy a čaje má větší vliv na obrat cena kávy. Na základě prognózy do budoucna (ex-ante) lze říci, že se maloobchodní obrat Fairtrade kávy roce 2017 sníží na 162,3 mil. Kč a v roce 2018 dojde ke zvýšení na 209,97 mil. Kč. Na základě ekonometrického modelu lze konstatovat pozitivní budoucí vývoj Fairtrade kávy na českém trhu.

V primárním šetření byly srovnány aktuální ceny Fairtrade kávy napříč internetovými obchody. Srovnáno bylo celkem 36 výrobků. Uvedené váhy byly převedeny na 100 g. K březnu 2017 nabízí nejlevnější výrobek obchod Tesco za 42 Kč. Nejdražší dva výrobky pak prodává Manucafe za 118 Kč. Průměr hodnot celého vzorku se rovná 75 Kč, vezmeme-li v potaz srovnání s poslední naměřenou hodnotou Českým statistickým úřadem pro spotřebitelskou cenu zrnkové kávy (18,12 Kč), průměrná cena Fairtrade kávy je přibližně 4x vyšší. Tento fakt je pro Fairtrade kávu nepříznivý.

Primární dotazníkové šetření a jeho srovnání s výsledky roku 2014 přineslo následující zjištění. Spotřebitel se při nákupu kávy rozhoduje dle její chuti (31 % z celku), ceny (24 %), síly kávy resp. množství kofeinu (19 %), původu (14 %) a nejméně dle zvyklosti (12 %). Celkový vzorek respondentů byl 157. Spotřebitelé se více zajímají o původ výrobků než před třemi lety a zároveň si však nemyslí či nejsou přesvědčeni o tom, že svým nákupem producentům ze zemí třetího světa pomohou. Poslední otázka se týkala nákupu kávy Fairtrade, 38 % dotázaných kupuje výrobky pravidelně či nepravidelně a 62 % dotázaných Fairtrade kávu nenakupuje. Z první skupiny měla největší zastoupení žena, v druhé skupině muž, z čehož plyne, že ženy poptávají Fairtrade kávu znatelně více nežli muži. Zde se lze domnívat o silném propojení faktoru sociálního citění či dobročinnosti s certifikací Fairtrade, k čemuž obecně inklinují spíše ženy. Pro budoucnost Fairtrade kávy

by bylo přínosné postavit marketingovou komunikaci na muže, aby se zvedl jejich zájem nejen o kávu ale o celý sortiment Fairtrade. Srovnání s rokem 2014, kde však byly respondenti na výrobky Fairtrade obecně, vykazalo nárůst o 4 %. Což značí pozitivní trend.

Z uvedeného vyplývá, že Fairtrade káva má na českém trhu potenciál do budoucna a lze konstatovat, že se poroste a bude se stále rozšiřovat. Faktory hovořící pro kladný vývoj převažují. Jako zajímavost na závěr by autor rád uvedl, že se nově na benzinových stanicích Benzina a OMW prodává pouze certifikované Fairtrade káva, což dokládá zvyšující se zájem ze strany obchodníků a zároveň podtrhuje závěrečné tvrzení autora této diplomové práce.

6 Seznam použitých zdrojů

1. Tchibo corporate Website CZ. *Historie kávy*. [Online] [Citace: 10. listopad 2016.] <https://www.tchibo.com/servlet/content/370350/>.
2. Cafe Eternity. *Historie kávy*. [Online] [Citace: 10. Listopad 2016.] <https://www.cafeeternity.cz/a/historie-kavy>.
3. Veselá, Petra. *Kniha o kávě*. Praha : Smart Press, 2010. ISBN 978-80-87049-34-1.
4. Valíček, Pavel. *Užitkové rostliny tropů a subtropů*. Praha : Academia, 2002. ISBN 80-200-0939-6.
5. ProdejKavy.cz. *Robusta Coffea Canephora alias Robusta - Kávovník statný*. [Online] [Citace: 19. Prosinec 2016.] <https://www.prodejkavy.cz/clanek/273-robusta-coffea-canephora-alias-robusta-kavovnik-statny>.
6. Druhy kávy. *Kávovník, Arabika, Robusta- Průvodce druhy kávy*. [Online] [Citace: 19. Prosinec 2016.] <http://www.druhykavy.cz/robusta/>.
7. Piccolo neexistuje. *Kávovník*. [Online] [Citace: 20. Prosinec 2016.] <https://www.piccoloneexistuje.cz/kavovnik>.
8. GreenCoffee.Center. *Difference between the Arabica Plant and Robusta Coffee Plant*. [Online] [Citace: 14. Prosinec 2016.] <http://greencoffes.org/green-coffee-information/difference-between-the-arabica-plant-and-robusta-coffee-plant/>.
9. Kávové listy. *Arabica vs. Robusta*. [Online] [Citace: 11. Prosinec 2016.] <http://www.kavovelisty.cz/arabika-vs-robusta-najdete-15-rozdilu/>.
10. Andrews, Kaitlin. Look4ward. *Kopi Luwak: \$100 For a Cup Of Cat Poo Coffee*. [Online] [Citace: 14. Prosinec 2016.] <http://www.look4ward.co.uk/awareness/kopi-luwak-100-for-a-cup-of-cat-poo-coffee/>.
11. Čerstvá káva. *Cibetková káva*. [Online] [Citace: 9. Prosinec 2016.] <http://www.cerstvakava.cz/1528-cibetkova-kava-gayo-highlands-kopi-luwak-zrnkova/>.

12. Gourmet káva. *Pražená káva*. [Online] [Citace: 10. Prosinec 2016.]
<http://www.gourmetkava.cz/vzorek-kavy-50g-zrnkova-25p>.
13. Pražírna kávy Kopi luwak. *Cibetková káva*. [Online] [Citace: 10. Prosinec 2016.]
<http://www.kopiluwak.cz/o-kave/cibetkova-kava>.
14. Baker, Mario. Turkish style coffee. *A Unique Coffee Experience*. [Online] [Citace: 30. Listopad 2017.] <http://www.turkishstylegroundcoffee.com/coffee-education/coffee-production/coffee-harvesting/>.
15. coffeeAM. *Methods of Coffee Processing*. [Online] [Citace: 30. Listopad 2016.]
<https://www.coffeeam.com/methods-of-coffee-processing.html/>.
16. Alcraft, Rob. *Coffee*. Valencia : Top that! Publishing, 2003. ISBN 978-1-84510-223-4.
17. The Guardian. *Fairtrade Foundation report damns treatment of smallholder farmers* . [Online] [Citace: 4. Leden 2017.] <https://www.theguardian.com/sustainable-business/fairtrade-report-treatment-smallholder-farmers?CMP=>.
18. Augustýn, Jozef. *Povídání o kávě*. Olomouc : Fontána, 2003. ISBN 80-7336-040-3.
19. Štěrbová, Ludmila a kolektiv. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha : Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3396-8.
20. Samuelson, Paul A. a Nordhaus, William D. *Ekonomie*. Praha : NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.
21. Matingou, Joseph Rose. *Produkce a obchod s kávou*. Praha : ČZU v Praze: Institut tropů a subtropů, 2008.
22. Atlantic Coffee Solutions. *About ECOM*. [Online] [Citace: 15. Únor 2017.]
<http://www.atlanticcoffeesolutions.com/about/about-ecom/>.
23. Neumann Kaffe Gruppe. *Über uns*. [Online] [Citace: 17. Únor 2017.]
<http://www.nkg.de/ueberuns>.
24. ED&F Man. *About us*. [Online] [Citace: 17. Únor 2017.] <http://edfman.com/new-about-us#facts>.

25. Křížová, Romana a Tmej, Petr. *Příručka úspěšného obchodování na komoditních trzích pro začínající investory*. Praha : Ekopress, 2014. ISBN 978-80-87865-10-1.
26. Kavárník. *Obchod s kávou na burze*. [Online] [Citace: 2. Leden 2017.] <http://www.kavarnik.cz/obchod-s-kavou-na-burze/>.
27. Machková, Hana, a další. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha : Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3237-4.
28. Nesnídal, Tomáš a Podhajský, Petr. *Obchodování na komoditních trzích- příběh spekulanta*. Praha : Grada, 2006. 80-247-1851-0.
29. Kolečák, Jiří. *Mezinárodní obchod*. Brno : Ircaes, 2015. ISBN 978-80-87502-18-1.
30. Svatoš, Miroslav a kolektiv. *Zahraniční obchod: teorie a praxe*. Praha : Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.
31. International Coffee Organization. *About us: Mission*. [Online] [Citace: 1. Prosinec 2016.] http://www.ico.org/mission07_e.asp?section=About_Us.
32. FSC Česká republika. *Pilotní projekt společné certifikace FSC a Fairtrade*. [Online] [Citace: 13. Prosinec 2016.] <http://czechfsc.cz/-pilotni-projekt-spolecne-certifikace-fsc-a-fairtrade.html>.
33. World Fair trade organization. *Definition of Fair trade*. [Online] [Citace: 5. Prosinec 2017.] <http://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>.
34. Fair trade. *Principy Fair trade*. [Online] NaZemi. [Citace: 7. Prosinec 2016.] <http://www.fairtrade.cz/>.
35. Chmelař, Pavel Malíř. FairTrade.cz. *Stručná a přehledná historie fair trade*. [Online] NaZemi. [Citace: 1. Prosinec 2016.] <http://stary.fairtrade.cz/5-fair-trade/214-strucna-a-prehledna-historie-fair-trade/>.
36. Ransom, David. *Fair trade*. Brno : Doplněk, 2011. ISBN 978-80-7239-258-2.
37. Fair trade Česko a Slovensko. *Co je Fair trade*. [Online] [Citace: 7. Prosinec 2016.] <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!fair-trade>.

38. Chorváthová, Hana. Fairtrade Česká republika. *Tisková zpráva 2012*. [Online] [Citace: 2. Březen 2017.] http://www.fairtrade-cesko.cz/media/tzfairtrader9_5_2012.7332.pdf.
39. Chorváthová, Hana a Štěpánková, Gabriela. Fairtrade Česká republika. *Tisková zpráva 2013*. [Online] [Citace: 2. Březen 2017.] http://www.fairtrade-cesko.cz/media/tz_09_5_2013.845e.pdf.
40. Bačová, Veronika a Štěpánková, Gabriela. Fairtrade Česká republika. *Tisková zpráva 2014*. [Online] [Citace: 2. Březen 2017.] <http://www.fairtrade-cesko.cz/media/infolistobraty2013.c904.pdf>.
41. Bačová, Veronika a Rohanová, Věra. Fairtrade Česká republika. *Tisková zpráva 2015 a 2016*. [Online] [Citace: 2. Březen 2017.] <http://www.fairtrade-cesko.cz/media/?path=media>.
42. My cuppa. *April 2016 - Mexico Organic, Direct Trade revisited, Same-day Courier Melbourne*. [Online] [Citace: 15. Prosinec 2016.] <http://www.mycuppa.com.au/blog/apr-2016>.
43. Ethical Coffee. *What is Direct Trade coffee?* [Online] [Citace: 16. Prosinec 2016.] <http://www.ethicalcoffee.net/direct.html>.
44. Green glasses. *Fair trade, Direct trade nebo Bird friendly?* [Online] [Citace: 16. Prosinec 2016.] <http://www.greenglasses.cz/cs/fairtrade-direct-trade-nebo-bird-friendly/>.
45. Rainforrest Alliance. *Using Our Marks*. [Online] [Citace: 15. Prosinec 2016.] <http://www.rainforest-alliance.org/business/marketing/marks>.
46. KávovéListy.cz. *Certifikace kávy: Co je Rainforest Alliance?* [Online] [Citace: 18. Prosinec 2016.] <http://www.kavovelisty.cz/certifikace-kavy-co-je-rainforest-alliance/>.
47. Višnovský, Julius. Kavárenské noviny. *Certifikovaná káva- jak se v ní vyznat?* [Online] [Citace: 18. Prosinec 2016.] <http://kavarenskenoviny.cz/kavove-certifikaty/>.
48. Sustainable development services. *Bird friendly coffee*. [Online] [Citace: 16. Prosinec 2016.] <http://sdsindonesia.com/en/bird-friendly-coffee>.

49. Smithsonian's National Zoo & Conservation Biology Institute. *Bird Friendly Coffee*. [Online] [Citace: 10. Prosinec 2016.] <https://nationalzoo.si.edu/migratory-birds/bird-friendly-coffee>.
50. BirdSong Coffee. *Káva*. [Online] [Citace: 20. Prosinec 2016.] <http://www.birdsong.cz/kava/>.
51. Gourmet káva. *Srovnání kávy Arabica vs. Robusta*. [Online] [Citace: 10. Prosinec 2016.] <http://www.gourmetkava.cz/srovnani-arabica-vs-robusta-17>.
52. International Coffee Organization. *Historical Data on the Global Coffee Trade*. [Online] [Citace: 2. Únor 2017.] http://www.ico.org/new_historical.asp.
53. Český statistický úřad. *Spotřeba potravin a nealkoholických nápojů na 1 obyvatele v České republice*. [Online] [Citace: 10. Březen 2017.] https://www.czso.cz/documents/10180/32955062/32018116_0302.pdf/ab949a3c-cf58-41fd-b0df-b34865e4b91f?version=1.2.
54. Český statistický úřad. *Vybrané demografické údaje v České republice*. [Online] [Citace: 10. Březen 2017.] https://www.czso.cz/documents/10180/32955062/32018116_0101.pdf/748889f6-5739-401b-8aed-90924d1865af?version=1.2.
55. Český statistický úřad. *Indexy spotřebitelských cen*. [Online] [Citace: 26. Březen 2017.] https://www.czso.cz/documents/10180/23172389/revize_2014.pdf/0e9753a9-f057-4116-b2c2-1c5ef4cdf099?version=1.1.
56. Obchod NaZemi. *Zrnková káva*. [Online] [Citace: 20. Březen 2017.] <http://obchod.nazemi.cz/58-zrnkova>.
57. Volkafe. *Fairtrade kávy*. [Online] [Citace: 20. Březen 2017.] http://www.volkafe.cz/FAIR-TRADE-KAVY-c4_0_1.htm?sort=1&display_as=tab.
58. Fair-Bio Pražirna. [Online] [Citace: 20. Březen 2017.] <https://www.fair-bio.cz/>.
59. Mamacoffee. *Zrnková a mletá káva*. [Online] [Citace: 20. Březen 2017.] <https://www.mamacoffee.cz/zrnkova-mleta-kava/>.

60. Fairově. *Káva*. [Online] [Citace: 20. Březen 2017.] [https://www.fairove.cz/kava?f-state=forma\(mleta,zrnkova\),certifikace\(fairtrade\)](https://www.fairove.cz/kava?f-state=forma(mleta,zrnkova),certifikace(fairtrade)).
61. Manucafe. *Zrnková bio a Fair trade káva*. [Online] [Citace: 20. Březen 2017.] <https://www.manucafe.cz/zrnkova-bio-a-fair-trade-kava-x2v10172>.
62. Tesco. *Nápoje*. [Online] [Citace: 23. Březen 2017.] <http://itesco.cz/akcni-nabidky/akcni-nabidky-produkty/produkt/napoje/cokolady-a-rozpustne-napoje/tesco-finest-costa-rican-prazena-mleta-kava/>.
63. Zboží.cz. *Fairtrade káva*. [Online] [Citace: 25. Březen 2017.] <https://www.zbozi.cz/hledani/?q=fairtrade%20káva>.
64. Heureka.cz. *Fairtrade káva*. [Online] [Citace: 25. Březen 2017.] <https://www.heureka.cz/?h%5Bfrazek%5D=fairtrade+k%C3%A1va>.
65. Tchibo. *Nabídka kávy*. [Online] [Citace: 25. Březen 2017.] <http://www.tchibo.cz/search?query=fairtrade&filters=availability-available&pf=true&pos=0>.
66. Fairtrade Česko a Slovensko. *Tiskové zprávy*. [Online] [Citace: 20. Prosinec 2016.] <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!media>.

PŘÍLOHY

Příloha A- Importéři kávy

| v tis. 60 kg pytlech | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------|
| USA | 22 939 | 19 329 | 16 171 | 17 107 | 19 445 | 20 343 | 21 030 | 22 746 | 23 767 | 21 415 | 21 639 | USA |
| Německo | 13 789 | 14 107 | 13 583 | 12 852 | 13 507 | 13 905 | 13 740 | 14 320 | 13 895 | 14 753 | 15 516 | Německo |
| Itálie | 4 595 | 5 594 | 5 554 | 5 388 | 5 608 | 5 743 | 5 889 | 5 943 | 6 315 | 6 542 | 6 523 | Itálie |
| Japonsko | 5 326 | 5 691 | 6 217 | 5 489 | 5 994 | 5 921 | 6 027 | 6 547 | 6 908 | 6 996 | 7 307 | Japonsko |
| Francie | 6 612 | 6 334 | 6 369 | 6 214 | 6 660 | 6 704 | 6 576 | 6 676 | 6 520 | 6 753 | 6 925 | Francie |
| Španělsko | 3 414 | 2 813 | 3 028 | 3 146 | 3 515 | 3 777 | 3 718 | 3 986 | 3 768 | 4 058 | 4 026 | Španělsko |
| UK | 3 088 | 3 197 | 3 466 | 2 807 | 2 903 | 2 929 | 3 142 | 2 907 | 3 012 | 3 062 | 2 971 | UK |
| Belgie | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | n/a | 3 003 | 3 491 | 3 209 | 3 792 | Belgie |
| Rusko | 1 382 | 1 795 | 1 726 | 1 728 | 1 128 | 2 185 | 1 732 | 1 368 | 1 890 | 3 057 | 3 504 | Rusko |
| Nizozemsko | 3 205 | 2 804 | 2 800 | 2 910 | 3 084 | 2 924 | 2 862 | 2 566 | 2 966 | 2 794 | 2 760 | Nizozemsko |
| ČR | 475 | 514 | 554 | 553 | 525 | 560 | 765 | 728 | 809 | 899 | 888 | ČR |
| Slovensko | | 288 | 257 | 250 | 261 | 253 | 259 | 269 | 286 | 317 | 300 | Slovensko |
| v tis. 60 kg pytlech | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | |
| USA | 22 760 | 23 184 | 23 042 | 23 709 | 24 219 | 24 277 | 23 578 | 24 378 | 26 093 | 26 056 | 27 016 | USA |
| Německo | 15 727 | 17 356 | 16 716 | 18 543 | 19 564 | 19 876 | 19 416 | 20 603 | 20 926 | 21 816 | 21 174 | Německo |
| Itálie | 6 929 | 7 032 | 7 269 | 7 548 | 8 028 | 8 172 | 8 078 | 8 236 | 8 355 | 8 691 | 8 823 | Itálie |
| Japonsko | 6 923 | 7 254 | 7 408 | 7 632 | 7 086 | 7 060 | 7 090 | 7 407 | 7 544 | 7 025 | 8 381 | Japonsko |
| Francie | 6 652 | 5 940 | 5 714 | 6 191 | 6 420 | 6 252 | 6 670 | 6 717 | 6 992 | 6 841 | 6 713 | Francie |
| Španělsko | 4 136 | 4 173 | 4 356 | 4 538 | 4 875 | 4 864 | 4 811 | 5 034 | 4 821 | 5 094 | 5 137 | Španělsko |
| UK | 3 002 | 3 329 | 3 433 | 4 046 | 3 781 | 3 967 | 4 131 | 4 302 | 4 183 | 4 126 | 4 206 | UK |
| Belgie | 3 818 | 3 968 | 4 063 | 4 605 | 4 014 | 6 792 | 5 916 | 5 924 | 5 828 | 5 668 | 5 502 | Belgie |
| Rusko | 3 772 | 3 205 | 3 336 | 3 465 | 4 318 | 4 053 | 3 553 | 4 155 | 4 218 | 4 175 | 4 410 | Rusko |
| Nizozemsko | 3 176 | 3 159 | 2 988 | 3 293 | 3 531 | 2 304 | 2 502 | 2 583 | 2 678 | 2 730 | 3 407 | Nizozemsko |
| ČR | 974 | 929 | 1 063 | 940 | 1 037 | 1 037 | 930 | 951 | 952 | 1 127 | 1 184 | ČR |
| Slovensko | 303 | 298 | 308 | 347 | 508 | 611 | 458 | 655 | 777 | 772 | 798 | Slovensko |

Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z (52)

Příloha B- Exportéři kávy

| v tis. 60 kg pytlech | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
| Brazílie | 18 791 | 17 838 | 17 273 | 14 468 | 15 251 | 16 801 | 18 144 | 23 149 | 18 016 | 23 172 | 27 982 | Brazílie |
| Vietnam | 1 938 | 2 072 | 2 721 | 3 546 | 3 779 | 6 178 | 6 467 | 7 727 | 11 618 | 14 106 | 11 771 | Vietnam |
| Kolumbie | 16 564 | 13 568 | 11 768 | 9 814 | 10 588 | 10 919 | 11 260 | 9 995 | 9 177 | 9 944 | 10 273 | Kolumbie |
| Indonézie | 4 604 | 5 662 | 4 605 | 3 947 | 6 440 | 5 755 | 5 598 | 5 115 | 5 358 | 5 243 | 4 286 | Indonézie |
| Guatemala | 3 328 | 3 751 | 3 274 | 3 701 | 3 979 | 4 244 | 3 542 | 4 681 | 4 852 | 4 110 | 3 491 | Guatemala |
| Indie | 1 816 | 2 102 | 2 496 | 2 469 | 3 120 | 2 640 | 3 487 | 3 622 | 4 229 | 3 730 | 3 550 | Indie |
| Mexiko | 3 332 | 3 264 | 2 789 | 3 626 | 4 633 | 4 502 | 3 399 | 4 358 | 5 304 | 3 333 | 2 645 | Mexiko |
| Uganda | 1 961 | 1 829 | 3 369 | 3 079 | 4 655 | 3 502 | 3 286 | 3 841 | 2 513 | 3 060 | 3 358 | Uganda |
| Pobřeží slonoviny | 4 546 | 4 033 | 2 444 | 2 494 | 2 751 | 4 713 | 4 365 | 2 406 | 6 110 | 4 095 | 3 253 | Pobřeží slonoviny |
| Honduras | 1 960 | 1 705 | 1 718 | 1 796 | 2 060 | 1 722 | 2 329 | 1 987 | 2 879 | 2 392 | 2 711 | Honduras |
| v tis. 60 kg pytlech | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | |
| Brazílie | 25 711 | 26 478 | 26 198 | 27 369 | 28 184 | 29 510 | 30 378 | 33 167 | 33 806 | 28 549 | 31 662 | Brazílie |
| Vietnam | 11 631 | 14 859 | 13 432 | 13 905 | 17 936 | 16 101 | 17 052 | 14 229 | 17 717 | 22 920 | 19 718 | Vietnam |
| Kolumbie | 10 244 | 10 194 | 10 871 | 10 945 | 11 300 | 11 085 | 7 894 | 7 822 | 7 734 | 7 170 | 9 670 | Kolumbie |
| Indonézie | 4 795 | 5 456 | 6 744 | 5 280 | 4 149 | 5 741 | 7 907 | 5 489 | 6 159 | 10 722 | 10 882 | Indonézie |
| Guatemala | 3 821 | 3 310 | 3 466 | 3 312 | 3 726 | 3 778 | 3 493 | 3 468 | 3 697 | 3 750 | 3 575 | Guatemala |
| Indie | 3 707 | 3 647 | 2 829 | 3 578 | 3 319 | 3 377 | 3 007 | 4 647 | 5 414 | 5 044 | 5 033 | Indie |
| Mexiko | 2 596 | 2 362 | 1 985 | 2 570 | 2 912 | 2 448 | 2 838 | 2 498 | 2 907 | 3 556 | 3 132 | Mexiko |
| Uganda | 2 522 | 2 627 | 2 369 | 2 173 | 2 693 | 3 311 | 3 014 | 2 657 | 3 142 | 2 685 | 3 672 | Uganda |
| Pobřeží slonoviny | 2 647 | 2 573 | 1 754 | 1 751 | 2 196 | 1 490 | 1 807 | 1 912 | 772 | 1 712 | 1 962 | Pobřeží slonoviny |
| Honduras | 2 425 | 2 779 | 2 392 | 2 898 | 3 312 | 3 259 | 3 084 | 3 349 | 3 947 | 5 508 | 4 185 | Honduras |

Zdroj: Zdroj: vlastní zpracování na základě dat z (52)

Příloha C- Podkladová data k ekonometrickému modelu

| Mo_obrat_ft_kava_mil_kc | ScZrnK_Kc_100g | ScCaj_Kc_100g | Mzda_tis_Kc | Spotreba_caj_kg_os_rok | ScInstantK_Kc_100g | rok |
|-------------------------|----------------|---------------|-------------|------------------------|--------------------|------|
| 0,70 | 6,46 | 42,20 | 18,34 | 0,30 | 79,60 | 2005 |
| 3,00 | 7,61 | 39,25 | 19,55 | 0,20 | 75,20 | 2006 |
| 10,00 | 8,00 | 40,88 | 20,96 | 0,30 | 72,90 | 2007 |
| 27,00 | 9,26 | 44,28 | 22,59 | 0,39 | 77,21 | 2008 |
| 41,00 | 10,93 | 48,23 | 23,34 | 0,29 | 76,44 | 2009 |
| 50,00 | 10,70 | 49,74 | 23,86 | 0,23 | 76,73 | 2010 |
| 51,66 | 16,52 | 53,41 | 24,46 | 0,18 | 82,17 | 2011 |
| 64,35 | 16,79 | 57,85 | 25,07 | 0,23 | 90,86 | 2012 |
| 100,00 | 15,33 | 56,71 | 25,04 | 0,21 | 85,55 | 2013 |
| 138,00 | 16,19 | 56,63 | 25,77 | 0,21 | 87,03 | 2014 |
| 121,10 | 18,12 | 57,12 | 26,47 | 0,19 | 88,51 | 2015 |
| 211,40 | 19,73 | 61,88 | 27,79 | 0,18 | 89,995 | 2016 |

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha D- Podkladová data k ekonometrickému po provedení postupných diferencí

| vektor y | matice X | | | | | |
|-------------------------|----------|------------------|-----------------|---------------|-------|---------------------|
| Mo_obrat_ft_kava_mil_kc | const | d_ScZrnK_Kc_100g | d_ScCaj_Kc_100g | d_Mzda_tis_Kc | time | Spotreba_caj_kg_rok |
| 3,00 | 1 | 1,15 | -2,95 | 1,20 | 2,00 | 0,20 |
| 10,00 | 1 | 0,39 | 1,63 | 1,41 | 3,00 | 0,30 |
| 27,00 | 1 | 1,26 | 3,40 | 1,64 | 4,00 | 0,39 |
| 41,00 | 1 | 1,67 | 3,95 | 0,75 | 5,00 | 0,29 |
| 50,00 | 1 | -0,23 | 1,51 | 0,52 | 6,00 | 0,23 |
| 51,66 | 1 | 5,82 | 3,67 | 0,59 | 7,00 | 0,18 |
| 64,35 | 1 | 0,27 | 4,44 | 0,61 | 8,00 | 0,23 |
| 100,00 | 1 | -1,46 | -1,14 | -0,03 | 9,00 | 0,21 |
| 138,00 | 1 | 0,86 | -0,08 | 0,73 | 10,00 | 0,21 |
| 121,10 | 1 | 1,93 | 0,49 | 0,70 | 11,00 | 0,19 |
| 211,40 | 1 | 1,61 | 4,76 | 1,33 | 12,00 | 0,18 |

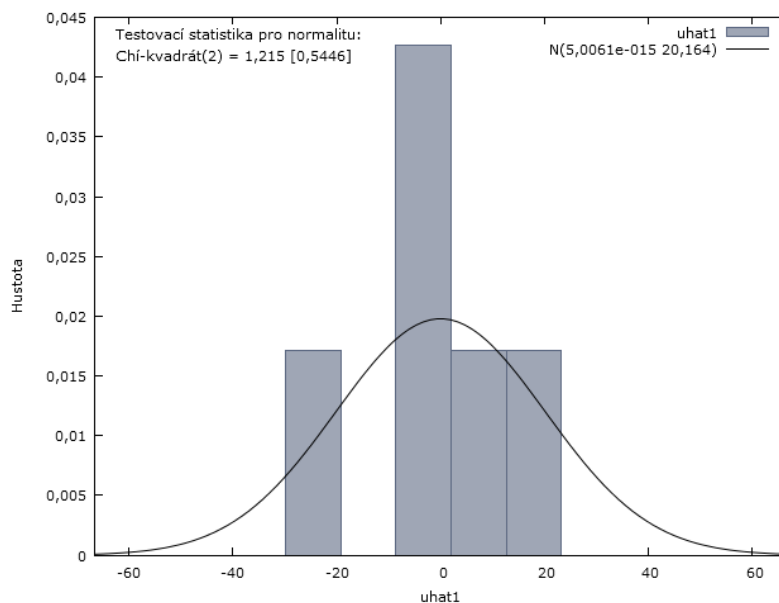
Zdroj: vlastní zpracování na základě výpočtu ze software Gretl

Příloha E- Test normální rozdělení náhodné složky

Frekvenční rozdělení pro uhat1, poz. 2-12
 počet tříd = 5, střední hodnota = 5,0061e-015, so = 20,1639

| interval | střed | frequence | rel. | kum. | |
|-------------------|---------|-----------|--------|---------|-------|
| < -19,268 | -24,590 | 2 | 18,18% | 18,18% | ***** |
| -19,268 - -8,6234 | -13,946 | 0 | 0,00% | 18,18% | |
| -8,6234 - 2,0208 | -3,3013 | 5 | 45,45% | 63,64% | ***** |
| 2,0208 - 12,665 | 7,3429 | 2 | 18,18% | 81,82% | ***** |
| >= 12,665 | 17,987 | 2 | 18,18% | 100,00% | ***** |

Test nulové hypotézy normálního rozdělení:
 Chí-kvadrát(2) = 1,215 s p-hodnotou 0,54458



Zdroj: vlastní zpracování v software Gretl

Příloha F- Test heteroskedasticity

Breusch-Paganův test heteroskedasticity
 OLS, za použití pozorování 2006-2016 (T = 11)
 Závisle proměnná: škálované uhat^2

| | koeficient | směr. chyba | t-podíl | p-hodnota |
|-----------------|------------|-------------|----------|-----------|
| const | 0,966702 | 3,64861 | 0,2650 | 0,8016 |
| d_ScZrnK_Kc_1 | -0,180241 | 0,312185 | -0,5774 | 0,5887 |
| d_ScCaj_Kc_10 | 0,210459 | 0,244852 | 0,8595 | 0,4293 |
| d_Mzda_tis_Kc | -0,0634240 | 1,14317 | -0,05548 | 0,9579 |
| time | 0,113776 | 0,197256 | 0,5768 | 0,5891 |
| Spotreba_caj_kg | -3,65375 | 11,7732 | -0,3103 | 0,7688 |

Vysvětlený součet čtverců = 5,47116

Testovací statistika: LM = 2,735582,
 s p-hodnotou = P(Chí-kvadrát(5) > 2,735582) = 0,740671

Zdroj: Zdroj: vlastní výpočet v software Gretl

Příloha G- Test autokorelace

Breusch-Godfreyův test pro autokorelaci prvního řádu
 OLS, za použití pozorování 2006-2016 (T = 11)
 Závisle proměnná: uhat

| | koeficient | směr. chyba | t-podíl | p-hodnota |
|-----------------|------------|-------------|----------|-----------|
| const | 4,94846 | 52,5058 | 0,09425 | 0,9294 |
| d_ScZrnK_Kc_1 | 0,856387 | 4,54830 | 0,1883 | 0,8598 |
| d_ScCaj_Kc_10 | -0,363799 | 3,52642 | -0,1032 | 0,9228 |
| d_Mzda_tis_Kc | -2,63453 | 16,5759 | -0,1589 | 0,8814 |
| time | -0,591776 | 2,88294 | -0,2053 | 0,8474 |
| Spotreba_caj_kg | 1,06955 | 168,741 | 0,006338 | 0,9952 |
| uhat_1 | -0,537633 | 0,512832 | -1,048 | 0,3536 |

Neadjustovaný koeficient determinace = 0,215542

Testovací statistika: LMF = 1,099061,
 s p-hodnotou = $P(F(1,4) > 1,09906) = 0,354$

Alternativní statistika: $TR^2 = 2,370960$,
 s p-hodnotou = $P(\text{Chí-kvadrát}(1) > 2,37096) = 0,124$

Ljung-Box $Q' = 2,29841$,
 s p-hodnotou = $P(\text{Chí-kvadrát}(1) > 2,29841) = 0,13$

Zdroj: vlastní výpočet v software Gretl

Příloha H- Vývoj spotřeby kávy v ČR

| | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|--------|
| meziroční změny | n/a | 0,08% | -0,01% | 4,43% | -0,12% | 8,59% | -0,09% | 3,88% | -7,79% | 8,12% | -4,25% |
| spotřeba v kg/os | 2,2 | 2,2 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,5 | 2,5 | 2,6 | 2,4 | 2,6 | 2,5 |
| spotřeba celkem v t | 22 717 | 22 735 | 22 733 | 23 739 | 23 711 | 25 748 | 25 724 | 26 723 | 24 640 | 26 640 | 25 508 |
| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| meziroční změny | -7,93% | 4,44% | -8,06% | 4,92% | 5,30% | -8,41% | 0,84% | -9,82% | 17,96% | -15,36% | -5,62% |
| spotřeba v kg/os | 2,3 | 2,4 | 2,2 | 2,3 | 2,4 | 2,18 | 2,19 | 1,97 | 2,33 | 1,97 | 1,86 |
| spotřeba celkem v t | 23 486 | 24 529 | 22 552 | 23 661 | 24 915 | 22 819 | 23 010 | 20 750 | 24 476 | 20 717 | 19 553 |

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha CH- Spotřeba Fairtrade kávy v ČR

| Rok | Spotřeba Fairtrade kávy (v tunách) | Změna v jednotlivých letech |
|--------------------------------|---|------------------------------------|
| 2011 | 105 | n/a |
| 2012 | 150 | 42,86% |
| 2013 | 142 | -5,33% |
| 2014 | 190 | 33,80% |
| 2015 | 173 | -8,95% |
| 2016 | 302 | 74,57% |
| změna od prvního období | absolutní: 197 | relativní: 187,62% |

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha I- Maloobchodní obrat Fairtrade kávy v ČR

| Rok | Maloobchodní obrat Fairtrade kávy (v mil. Kč) | Změna v jednotlivých letech |
|--------------------------------|--|------------------------------------|
| 2006 | 3 | n/a |
| 2007 | 10 | 233,33% |
| 2008 | 27 | 170,00% |
| 2009 | 41 | 51,85% |
| 2010 | 50 | 21,95% |
| 2011 | 51,66 | 3,32% |
| 2012 | 64,35 | 24,56% |
| 2013 | 100 | 55,40% |
| 2014 | 138 | 38,00% |
| 2015 | 121,1 | -12,25% |
| 2016 | 211,4 | 74,57% |
| změna od prvního období | absolutní: 208,4 | relativní: 6964% |

Zdroj: vlastní zpracování