

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Bakalářská práce

**Etika a ekonomika. Rapunzel a fair tradový projekt
Hand in hand**

Kamila Bauerová

© 2021 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Kamila Bauerová

Ekonomika a management
Provoz a ekonomika

Název práce

Etika a ekonomika. Rapunzel a fair tradový projekt Hand in hand

Název anglicky

Ethics and Economics. Rapunzel and Fair Trade Project Hand in Hand

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je objasnění pojmu fair trade, tedy férového obchodu, a představení německé společnosti Rapunzel a jejího projektu Hand in hand, jež zahrnuje dva fenomény dnešní doby, a to fair trade a bio produkce. V práci jsou vysvětleny principy a myšlenka projektu uvedena na příkladech v praxi.

Metodika

Teoretická část obsahuje výklad a kritický rozbor základních pojmů etiky, ekonomiky a fair tradu na základě použitých tištěných a elektronických zdrojů. Dále jsou uvedené pojmy vysvětleny v praxi a implementovány na projekt Hand in hand.

Praktická část obsahuje standardizovaný dotazník, kdy byla využita metoda sběru dat. Dotazník je vyhodnocen pomocí grafů a následně interpretován.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 str.

Klíčová slova

fair trade, etika, etické podnikání, ekonomika, bio produkce, Rapunzel

Doporučené zdroje informací

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

SEDLÁČEK, T. *Ekonomie dobra a zla : po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. Praha: 65. pole, 2017. ISBN 978-80-87506-94-3.

SOKOL, J. *Etika, život, instituce : pokus o praktickou filosofii*. Praha: Vyšehrad, 2014. ISBN 978-80-7429-223-1.

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

Mgr. Jan Brabec, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 28. 9. 2020

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 19. 10. 2020

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 09. 03. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Etika a ekonomika. Rapunzel a fair tradový projekt Hand in hand" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2021

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Janu Brabcovi, Ph.D. za vedení a za jeho vstřícný přístup při zpracovávání této bakalářské práce. Dále bych ráda poděkovala všem, kteří byli ochotni podílet se na praktické části této práce a našli si čas na vyplnění dotazníku. Velký dík patří také Lud'kovi Šťastnému, který mi pro účely této práce poskytl rozhovor.

Etika a ekonomika. Rapunzel a fair tradový projekt Hand in hand

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá především tématy fair trade a bio produkce. Jsou zde rozebrány pojmy etiky, ekonomiky, ekologického zemědělství a další, které s nimi přímo souvisí.

V teoretických kapitolách je zpracována literární rešerše k výše zmiňovaným pojmům. Větší část textu je věnována termínu fair trade. Práce popisuje jeho historii, principy, způsob značení, fair trade organizace a další. V následujících kapitolách je uveden i význam ekologického zemědělství. Součástí teoretické části byly také kapitoly věnované německé společnosti Rapunzel a představení jejího fair tradového projektu s názvem Hand in hand.

Vlastní práce byla zpracována prostřednictvím dotazníkového šetření a rozhovoru. Výsledky jsou interpretovány pomocí grafů a textového okomentování. Závěrem práce je kapitola hodnotící výsledky ankety a návrh řešení, jak přimět více lidí k náklonosti fair trade a bio výrobkům.

Klíčová slova: fair trade, etika, etické podnikání, ekonomika, bio produkce, Rapunzel

Ethics and Economics. Rapunzel and Fair Trade Project Hand in Hand

Abstract

The main subjects of this bachelor work are fair trade and bio production. It analyses the topics of ethics, economy, ecological agriculture and others which are directly linked.

The theoretical chapters contain literary research of the above stated terms. The main part of the text is dedicated to the term fair trade. The work describes its history, principles, means of labelling, fair trade organizations and others. The meaning of ecological agriculture is described in the following chapters. Areas of the theoretical part of this work were dedicated to German company Rapunzel and introducing its fair trade project called Hand in Hand.

In the practical part of the bachelor work you will find a questionnaire and an interview. The results are shown on graphs with written comments. The final part is evaluating the result of the questionnaire and a suggestion how to get more people to sympathise with fair trade and organic products.

Keywords: fair trade, ethics, ethical business, economics, organic production, Rapunzel

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Ekonomie a ekonomika.....	13
3.2 Etika	13
3.2.1 Druhy etického zkoumání.....	14
3.2.1.1 Deskriptivní etika	14
3.2.1.2 Normativní etika.....	14
3.2.1.3 Kasuistická etika.....	14
3.2.2 Oblasti etického zkoumání.....	14
3.2.2.1 Individuální etika.....	15
3.2.2.2 Personální etika	15
3.2.2.3 Sociální etika	15
3.2.2.4 Ekologická etika	15
3.2.3 Etika v podnikání.....	15
3.2.4 Hospodářská etika.....	16
3.2.5 Etické problémy v hospodářství	16
3.3 Fair trade	17
3.3.1 Principy fair trade	17
3.3.2 Historie fair trade	18
3.3.3 Produkty.....	18
3.3.3.1 Káva.....	19
3.3.3.2 Kakao.....	19
3.3.3.3 Čaj.....	20
3.3.4 Certifikace.....	20
3.4 Ekologické zemědělství	21
3.4.1 Označení bio potravin.....	22
3.5 Rapunzel.....	23
3.5.1 Projekt Hand in hand	23
3.5.1.1 Obecné požadavky.....	25
3.5.1.2 Obchodní vztahy a ceny	25
3.5.1.3 Kritéria spolupráce s dodavateli	26
3.5.1.4 Podpora HIH dodavatelů	27
3.5.1.5 Fond HIH.....	27

4 Vlastní práce	29
4.1 Dotazník	29
4.1.1 Charakteristika respondentů	29
4.1.2 Výsledky ankety	32
4.2 Rozhovor	42
5 Výsledky a diskuse	44
5.1 Výsledky dotazníkového šetření	44
5.2 Výsledky rozhovoru	46
6 Závěr.....	47
7 Seznam použitých zdrojů	49
7.1 Knižní zdroje	49
7.2 Internetové zdroje.....	50
8 Přílohy	52
8.1 Příloha 1: Dotazník	52
8.2 Příloha 2: Informační leták.....	54
8.3 Příloha 3: Rozhovor	55

Seznam obrázků

Obrázek 1 Podíl zisku při obchodování s kávou.....	19
Obrázek 2 Fairtrade ochranná známka	21
Obrázek 3 Logo pro ekologické zemědělství – národní značení	22
Obrázek 4 Logo pro ekologické zemědělství – evropské značení.....	22
Obrázek 5 Logo společnosti Rapunzel	23
Obrázek 6 Logo Hand in hand	24
Obrázek 7 Produkty HIH	25

Seznam grafů

Graf 1 Pohlaví.....	30
Graf 2 Věk	30
Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání	31
Graf 4 Jaký je váš čistý měsíční příjem?	32
Graf 5 Kolik odhadem měsíčně zaplatíte za potraviny pro svoji potřebu?.....	33
Graf 6 Zajímáte se o původ potravin?	34
Graf 7 Věděli jste, co znamená fair trade?.....	34

Graf 8 Jak často nakupujete výrobky s označením fair trade?	35
Graf 9 Je dostupnost fair trade produktů dostatečná?	36
Graf 10 O kolik procent jste ochotni připlatit za fair trade výrobky?.....	36
Graf 11 Myslíte si, že bio výrobky jsou kvalitnější než výrobky z konvenční produkce? ..	37
Graf 12 Jak často nakupujete výrobky s bio certifikací?	38
Graf 13 Je dostupnost bio produktů dostatečná?	38
Graf 14 O kolik procent jste ochotni připlatit za bio výrobky?	39
Graf 15 Udělte body důležitosti jednotlivým kritériím při nákupu produktu.....	40
Graf 16 Setkali jste se s výrobky od značky Rapunzel?	41
Graf 17 Co nejvíce podporujete v rámci myšlenky projektu Hand in hand?	41

1 Úvod

I přesto, že si pojem fair trade postupem času získává čím dál tím větší popularitu, pro část společnosti jde stále o neznámý pojem. Fair trade představuje označení pro spravedlivý obchod se zeměmi třetího světa. V těchto zemích panuje chudoba a často se zde i v rámci pracovních podmínek porušují základní lidská práva. Nejen tento fakt se snaží fair trade změnit. Koupí fair trade produktů spotřebitel podporuje místní obyvatele a garantuje jim např. spravedlivé ocenění jejich práce. Jde tedy o etický obchod. Principem fair trade není ale jen finanční pomoc. V rámci této certifikace se zaručuje také ohleduplnější zacházení s přírodou. Pravidla fair trade jsou přísně hlídána a dohlíží na ně fair tradové organizace. Produkty vyrobené v rámci fair trade jsou označeny logem. Mezi ty nejznámější patří káva, kakao, banány, třtinový cukr aj.

Certifikací bio jsou označovány produkty ekologického zemědělství, jehož podstatou je pěstování a produkce kvalitních potravin trvale udržitelným způsobem. Oproti intenzivnímu zemědělství se to ekologické zaměřuje více na kvalitu než na kvantitu. Důsledkem náročnější a nákladnější péče o pěstované rostliny či o chovaná zvířata je poté logicky i vyšší cena výsledného produktu, která často zákazníky od nákupu odradí. Stejně tak jako u fair trade jsou tyto produkty pro udělení certifikace podrobeny velmi přísným kontrolám.

Spojením obou zmiňovaných fenoménů se zabývá projekt Hand in hand, který byl vytvořen německou společností Rapunzel. Ta je jedním z největších prodejců bio produktů v Evropě. Jejich výrobky označené logem Hand in hand zaručují, že výrobek je produktem ekologického zemědělství a zároveň s ním bylo nakládáno podle principů fair trade. Projekt se nezabývá jen udělením nálepky na produkt. V rámci projektu se založil také například fond, kam společnost věnuje 1 % z celkové tržby za produkty s označením Hand in hand. Peníze z fondu se využívají na sociální či ekologické projekty v rozvojových zemích.

2 Cíl práce a metodika

Cílem bakalářské práce je objasnění pojmu fair trade, tedy férového obchodu, a představení německé společnosti Rapunzel a jejího projektu Hand in hand, jež zahrnuje dva fenomény dnešní doby, a to fair trade a bio produkce. V práci jsou vysvětleny principy a myšlenka projektu uvedena na příkladech v praxi.

Teoretická část obsahuje výklad a kritický rozbor základních pojmů etiky, ekonomiky a fair tradu na základě použitých tištěných a elektronických zdrojů. Dále jsou uvedené pojmy vysvětleny v praxi a implementovány na projekt Hand in hand.

Praktická část obsahuje standardizovaný dotazník, kdy byla využita metoda sběru dat. Dotazník je vyhodnocen pomocí grafů a následně interpretován. Byla vyslovena hypotéza, že se většina respondentů s výrobky značky Rapunzel nikdy nesešla. Na základě získaných dat se hypotéza potvrdila či vyvrátila. Kromě dotazníkového průzkumu byl proveden polostrukturovaný rozhovor, jehož odpovědi autorka zpracovala v kapitolách praktické části.

3 Teoretická východiska

3.1 Ekonomie a ekonomika

Ekonomie je společenská věda, která studuje rozhodování ekonomických subjektů v určitých ekonomických situacích. Podle Jurečky a kol. (2018, s. 18) je ekonomie vědou zkoumající způsob, jakým lidé používají vzácné, omezené zdroje k výrobě užitečných statků a služeb a jak se poté tyto statky a služby rozdělují a navzájem směňují. Moderní ekonomie se začala rozvíjet na konci 18. století díky ekonomovi a filozofovi Adamu Smithovi, jehož dílo bylo zaměřeno na detailní zpracování celé ekonomiky.

Termín ekonomika znamená hospodaření a dosažení výsledků určitého subjektu (např. jednotlivce či organizace). Podle Šmajse, Binky a Rolného (2012, s. 45) rozumíme ekonomikou každou záměrnou hospodářskou činnost, jenž přírodě bere její produkty, procesy a energii a dále ji předává kultuře, a to pro přímou spotřebu člověkem nebo pro následné zpracování. Ekonomika je tudíž hlavním prostředkem pro uspokojování lidských potřeb. Jde o praktickou aplikaci ekonomie. Základní otázky ekonomiky, které slouží ke správnému fungování, jsou:

- Co a kolik vyrábět?
- Jak vyrábět?
- Pro koho vyrábět?

3.2 Etika

Termín etika pochází z původního řeckého slova éthos, což se dá do češtiny přeložit jako návyk, zvyk, místo, kde se bydlí či způsob života. Podle Sedláčka (2012, s. 207) má podobnou hodnotu latinský výraz mos, mores, což v českém jazyce znamená pravidlo. Odkazuje na mravní chování jako formu pravidel, které by se měla ve společenském životě dodržovat. Za zrod etiky jakožto vědy, jež popisuje vzájemné chování lidí, je zodpovědná řecká kultura. Etiku popisuje Sókrates jako nauku o tom, co máme činit a co svým rozumem považujeme za patřičné a náležité. (Trojan, 2012, s. 13). Jak uvádí Sokol (2010, s. 11) v etice jde o to „činit dobře a tím se stávat dobrým“. Podle Sekničky a kol. (1997, s. 14) je etika vědní disciplínou filozofického charakteru, jež má vést člověka k jistému dobru. Podle Sekničky a Putnové (2016, s. 30) pokládá etika dvě základní otázky, a to „Co je dobré?“ a „Co je spravedlivé?“ S tím pak souvisí i otázka, co znamená dobro a zlo a zda

jsou jejich síly rovnocenné. Tato věda zkoumá, jak se k sobě lidé mají chovat – jde tedy jen o teorii ideálního vzorce chování. Vzájemné chování v praxi pak popisuje morálka.

3.2.1 Druhy etického zkoumání

Podle Trojana (2012, s. 18–29) se dá etické zkoumání rozdělit do několika skupin: deskriptivní nebo empirická etika, normativní etika, kasuistická etika, situační etika a etika smýšlení. Pokud bychom měli etiku členit podle Anzenbachera (2004, s. 10), uvedli bychom kategorie tři, a to: analytická etika (metaetika), fundamentální etika a normativní etika. Níže v odstavcích definuji několik ze jmenovaných druhů etik.

3.2.1.1 Deskriptivní etika

Deskriptivní etika zkoumá morální chování a zvyklosti, mravy a konvence v různých kulturách. Trojan (2012, s. 18-19) deskriptivní etiku charakterizuje jako mapu mravnosti. Neříká, co je dobré či zlé, pouze mapuje stav společnosti. Popisuje faktory podmiňující změny v etickém chování.

3.2.1.2 Normativní etika

Normativní etiku popisuje Trojan (2012, s. 19) jako etiku hledající normu správného chování. Zabývá se otázkou hodnot a povinností. Podle Sekničky a Putnové (2016, s. 34) se kromě analýzy „toho, co je“, soustřeďuje i na predikci „toho, co by být mělo“. Narozdíl od deskriptivní etiky normativní etika říká, co je morálně dobré a co morálně nevhodné.

3.2.1.3 Kasuistická etika

Kasuistická etika vypracovává dle Trojana (2012, s. 22) ideální správné etické chování pro jednotlivé životní situace. Název má původ v latinském slově casus, což v českém překladu znamená případ, stav, příhoda, událost. Podstata této etiky vychází z toho, že všechna provinění jsou téměř srovnatelná, a tudíž se může toto provinění vždy jednoduše kategorizovat. Jde tedy vlastně sestavit stabilní seznam přestupků a provinění.

3.2.2 Oblasti etického zkoumání

Podle Trojana (2012, s. 30) lze zkoumat etické otázky pomocí rozdělení mravní problematiky do čtyř oblastí. Rozděluje ji na etiku individuální, personální, sociální a ekologickou.

3.2.2.1 Individuální etika

Oblast individuální etiky zkoumá vztah člověka k sobě samotnému. Tvrdí, že člověk nikdy nebyl izolovaným jedincem, jelikož bez interakce se světem ostatních lidí by se nikdy nemohl stát lidskou bytostí. „*Okamžik narození a čas, který po něm následuje, činí všechny dosavadní dotyky s lidským světem pro jedince trvalým svazkem.*“ (Trojan, 2012, s. 31) Mezi základní problémy, které se v individuálním etickém zkoumání objevují, jsou například otázky identity, seberealizace, sebeodcizení a sebedpřijetí.

3.2.2.2 Personální etika

V personální etice zkoumáme především vztahy mezi životními partnery či vztah rodiče k dítěti a naopak. Vystává zde otázka úcty, vzájemné důvěry, věrnosti. Podle Trojana (2012, s. 34) je personální vztah předmětem zkoumání personální etiky a je velmi důležitý pro vytvoření a kultivaci vztahu k sobě samému.

3.2.2.3 Sociální etika

Předmětem zkoumání sociální etiky jsou vztahy mezi lidmi, které mají na rozdíl od výše zmiňovaných společenský charakter a které jsou zprostředkované institucí. „*Za klasický příklad institučních vztahů může sloužit podnik, úřad, dobrovolné sdružení, škola, vojenský útvar, akciová společnost atd.*“ (Trojan, 2012, s. 36)

3.2.2.4 Ekologická etika

Jak již napovídá název, ekologická etika řeší vztah k přírodnímu prostředí. Podle Trojana (2012, s. 40) je dnes příroda výtvořem civilizačního působení lidí, jelikož tam, kam vstoupila lidská činnost, už neexistuje příroda v původním nedotčeném stavu. „*Je zřejmé, že příroda se pro nás stala natrvalo prostředím, v němž dochází ke vzájemným vztahům mezi lidmi, stejně jako je tomu v umělém světě techniky, kultury a civilizace.*“ (Trojan, 2012, s. 41)

3.2.3 Etika v podnikání

Podle Sekničky a Putnové (2016, s. 131) je důležité rozlišit pojmy podnikání a podnikavost. Podnikavostí se rozumí soubor určitých schopností a předpokladů

k podnikání. Dá se rozčlenit na vnější a vnitřní. Vnější podnikavost znamená schopnost odhalit, vytvořit nebo využít naskytnutou příležitost, naopak podnikavost vnitřní představuje individuální a tvůrčí užitečné schopnosti. Pojem podnikání lze pak vysvětlit jako soustavnou činnost, kterou vykonáváme s cílem vytvoření zisku a minimalizace nákladů. Podnikatelská etika se snaží sladit etické principy s ekonomickými záměry.

Příkladem eticky jednajícího podnikatele je majitel obuvnické firmy Tomáš Baťa, který roku 1928 prohlásil: „*Pravda a skutečnost je jediná základna, na níž se dá vybudovat slušný obchod.*“ Jeho jednání má nemalý podíl na celosvětové úspěšnosti firmy.

3.2.4 Hospodářská etika

Pojem hospodářská etika se začal používat v USA v první polovině 70. let 20. století. Její vznik byl spojen především s potřebou ochrany spotřebitele, rostoucí odpovědností producenta za výrobu, vyšší odborovou organizací zaměstnanců a důrazem na zásady solidarity.

Dnes je hospodářská etika samostatným oborem, který se opírá o vědní disciplíny etiku a ekonomii. „*Hospodářská etika využívá pravidla, principy a standardy, které určují jednání, rozhodování a hodnocení všech účastníků hospodářských procesů, a to na všech úrovních ekonomického systému.*“ (Seknička, Putnová, 2016, s. 128)

Hospodářskou etiku lze podle Sekničky a Putnové (2016, s. 129–130) rozdělit do tří úrovní: mikroúroveň, mezoúroveň a makroúroveň.

První zmiňovaná, tedy mikroúroveň pojednává o vztazích mezi jednotlivými účastníky. Každý jednotlivec má možnost pro svou volbu jednání, rozhodování a hodnocení. Na druhou stranu je ale omezován morálními pravidly.

Mezoúroveň se zabývá ekonomickými organizacemi a institucemi – ty mají své cíle, zájmy atd., proti kterým ale mohou stát odlišné zájmy jednotlivců či ekonomického systému.

Makroúroveň se pak zaměřuje na otázky etické, které souvisí s ekonomickým systémem jako celkem. Zde se jedná o mezinárodní ekonomické vztahy států, mezinárodní politiku atd.

3.2.5 Etické problémy v hospodářství

Jako etický problém v hospodářství vnímá Trojan (2012, s. 149–154) především vztah chudoby a bohatství. Chudoba provází životy milionů lidí, především v afrických

zemích. Je třeba si uvědomit, že uspokojení základních fyziologických potřeb není samozřejmost a že část naší populace nemá přístup např. ani k čisté pitné vodě či k minimálnímu množství jídla. Chudoba je celosvětovým problémem, který prostupuje celou historií lidstva. Životní úroveň je v každém státě jiná, proto je bohatství a chudoba poměrně subjektivní pojem a pro každou část světa představuje jinou úroveň žití. Trojan (2012, s. 150) naráží na fakt, že v demokratických zemích, které prosazují kapitalistický způsob hospodářství, není chudoba tak markantní, jelikož se v rámci demokracie dodržují základní práva a svobody. Příčinou chudoby není podle něj nedostatek prostředků, problém vidí v nízké technické vybavenosti, nízké kupní síle a neschopnosti obstát v konkurenční nabídce zboží na celosvětovém trhu.

3.3 Fair trade

Význam pojmu fair trade lze snadno odvodit z anglického překladu. V češtině tato slova znamenají tedy doslova férový obchod. Jde o způsob obchodu mezi odběrateli a dodavateli z tzv. třetího světa neboli z rozvojových zemí. „*Charakteristickým rysem zemí třetího světa je převaha zemědělství, nízký stupeň produktivity práce a nízká technická a technologická úroveň výroby, bohaté surovinové zdroje a převaha vývozu surovin a polotovarů nad produkcí finálních výrobků, vysoký přísun obyvatel a zároveň nízký úhrnný společenský produkt, resp. národní důchod, nízká životní úroveň, poměrně silná armáda.*“ (Sociologická encyklopedie, encyklopedie.soc.cas.cz [online]. Praha [cit. 2021-03-02]). V těchto zemích jsou také výrazně potlačována základní lidská práva. Státy se nacházejí na území Asie, Afriky, Latinské Ameriky a Oceánie.

3.3.1 Principy fair trade

Fair trade garantuje spravedlivé obchodní podmínky mezi farmáři a odběrateli. Cíle fair tradu se opírají mimo jiné o Úmluvu Mezinárodní organizace práce, která vyšla v platnost roku 1919. Výkupní cena je nastavena tak, aby pokryla náklady na vypěstování a práci a aby byla farmáři přidělena odpovídající finanční odměna. Nejedná se o obchod jednorázový, ale o dlouhotrvající obchodní závazek. Dle Ransoma (2011, s. 26) jde většinou o vztah nad rámec konkrétních dodavatelských smluv, který je důležitý jak pro pěstitele a výrobce, tak pro fair tradové odběratele. Další skutečností v rámci fair tradu je, že na výrobě a procesu zpracování výrobku neprobíhá práce dětí či práce otrocká. Produkty jsou vyráběny s šetrnějším přístupem využívání přírodních zdrojů za přísného

kontrolování používání chemie při pěstování. Fair trade také přispívá k dlouhodobě udržitelnému rozvoji místních komunit tím, že místní farmáři dostávají příležitosti k výhodnému obchodu.

3.3.2 Historie fair trade

„Myšlenka spravedlivého obchodu není nová. Do své současné podoby se vyvinula spolu s procesem globalizace. Od sedmdesátých let pracovaly humanitární organizace a jejich partneři s řemeslníky v rozvojových zemích, aby v západních zemích uspokojovali poptávku po etnických výrobcích do domácností a dárkových předmětech.“ (Ransom, 2011, s. 22)

Podle webu Světové organizace pro fair trade (World Fair Trade Organization – WFTO) byl otevřen první „fair trade“ obchod v USA již v roce 1958, který prodával výrobky od chudých obyvatel Portorika. Obchodovalo se s nimi ale již koncem 40. let. Do Evropy fair trade dorazil koncem 50. let. V roce 1968 byla v reakci na chudobu na konferenci OSN přijata nová koncepce rozvojové pomoci s myšlenkou nahrazení finanční podpory spravedlivým obchodem. S cílem nastolení větší spravedlnosti v mezinárodním obchodě byla v 70. letech prostřednictvím nevládních organizací a dobrovolníků poskytnuta znatelná pomoc rozvojovým zemím s poradenstvím ohledně spravedlivého obchodování a marketingu. Nejčastěji se obchodovalo s ručně vyráběnými řemeslnými výrobky. Ty nakupovaly fair tradové organizace a prodávaly je do různých koutů světa. Poptávka po ručních originálních výrobcích postupně stoupala. Později se začalo obchodovat i s potravinami, především s kávou. V roce 1973 společnost Fair Trade Original dovezla první fair tradová zrna kávy z Guatemaly. Postupně se potravinový fair tradový sortiment rozšiřoval o komodity jako je čaj, kakaové boby, třtinový cukr, rýže, koření aj., v pozdější době se do fair tradového zboží zařadily i nepotravinářské výrobky, jako je třeba bavlna či květiny.

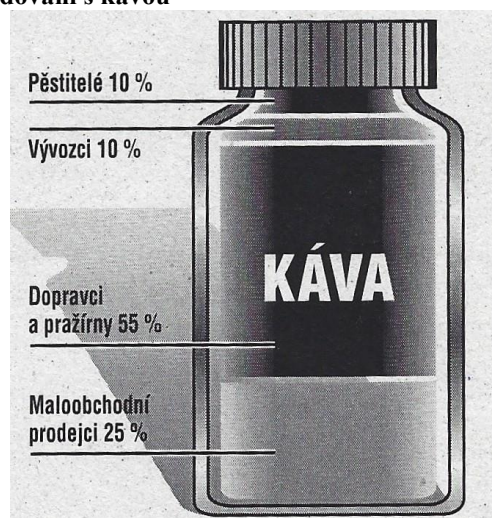
3.3.3 Produkty

V podkapitolách níže uvádím několik nejznámějších fair tradových surovin.

3.3.3.1 Káva

Mezi nejtypičtější fair tradové suroviny patří káva. Pro pěstitele představuje obchodování s kávou často ekonomické problémy, jelikož káva je náchylná ke kolísání ceny ve světě. Problémem je i globální oteplování. Kvůli klimatickým změnám jsou kávovníky více napadány chorobami, především kávovou rzí, která se šíří větrem. Tím je ohrožena úroda, a tedy i následný zisk. Jak bylo uvedeno v kapitole 3.3.1, jedním z principů fair trade je zaručení spravedlivé výkupní ceny výhodné pro farmáře. Podle Ransoma (2011, s. 42–43) je podíl zisku pro samotné pěstitele pouhých 10 % z celkové prodejní ceny jednoho balení kávy. Největší podíl utrží dopravci a pražírny, a to 55 %. Pro vývozce kávy, kteří organizují obchod v producentské zemi, připadne 10 % konečné ceny a maloobchodní prodejci k ceně dají přírážku 25 %. Proto je fair trade tak významný a pro pěstitele kávových zrn tak důležitý.

Obrázek 1 Podíl zisku při obchodování s kávou



Zdroj: Ransom (2011, s. 43)

3.3.3.2 Kakao

Stejně jako u kávy představuje pro kakao velké riziko kolísání cen na světovém trhu. Podle webu Fairtrade Česko a Slovensko je pěstování kakaa hlavním zdrojem příjmů pro více jak 5,5 milionů farmářů. Jedná se zpravidla o drobné pěstitele na plantážích o rozloze 1–5 ha, a jelikož stále sílí vliv nadnárodních koncernů v obchodu s kakaem, oslabuje to právě drobné pěstitele a snižuje výkupní cenu kakaa. I zde je tedy vidět smysl fair tradu. Pěstitelé zapojení do projektu fair trade pocházejí z více jak 20 zemí, jako

příklad uvádím Pobřeží slonoviny, Peru, Ekvádor, Ghana. Největším producentem je právě zmiňované Pobřeží slonoviny, které stojí za přibližně 80 % fair trade čokolády.

3.3.3.3 Čaj

I přesto, že je čaj velice žádanou komoditou po celém světě, často mají farmáři z rozvojových zemí potíže svůj vypěstovaný čaj prodat za rozumnou cenu. V obchodě s čajem panuje obrovská konkurence ze strany velkých světových společností, které jej pěstují na rozlehlých čajových plantážích. Odběr menšího množství plodin není tak výhodný, a tudíž musí drobní zemědělci většinou snižovat ceny, často nepokryjí ani své výrobní náklady. V oblastech, kde je pro místní obyvatele jediným zdrojem příjmu pěstování čajovníku, trpí mnoho z nich podvýživou. Spravedlivý obchod je pro drobné zemědělce čajovníku tedy velkou nadějí na lepší život.

Podle portálu Fairtrade Foundation se na výrobě fair trade čaje podílí již téměř 400 000 zemědělců a pracovníků ve 12 zemích světa a za rok 2018 bylo prodáno necelých 10 000 tun čaje s označením fair trade.

3.3.4 Certifikace

Jako počátek označování fair trade výrobků se udává rok 1980, kdy se značka začala objevovat na výrobcích, aby se při prodeji na první pohled odlišily od výrobků konvenčních. Podle Hejkrlíka (2004, s. 15) se stal rok 1988 zlomovým pro vznik certifikace. Nizozemská značka Max Havelaar se stala první, která se zabývala distribucí a splňováním podmínek pro označení produktů pod štítkem Fair Trade.

Pro označování „férových“ výrobků byla založena roku 1997 Mezinárodní organizace pro označování výrobků Fair Trade (Fairtrade Labelling Organizations International – FLO). Jde o nezávislou organizaci, jejímž hlavním úkolem je dohlížení, stanovování a dodržování principů a pravidel.

Fair trade výrobky jsou opatřeny ochrannou obchodní známkou, která je ve vlastnictví FLO.

Obrázek 2 Fairtrade ochranná známka



Zdroj: <https://www.fairtrade.org.uk/what-is-fairtrade/using-the-fairtrade-mark/>

3.4 Ekologické zemědělství

Termín ekologické zemědělství představuje způsob zemědělské výroby, který se oficiálně využívá od počátku 20. století. Podstatou ekologického zemědělství je pěstování a produkce kvalitních potravin trvale udržitelným způsobem. Uplatňují se zde jak tradiční osvědčené postupy, tak i nejnovější vědecké poznatky, které přispívají k efektivnějšímu způsobu zemědělství. Mezi principy patří šetrné zacházení s půdou, zamezení jejího poškozování, zákaz agrochemikálií a geneticky modifikovaných rostlin. Obecně se dá říci, že na rozdíl od intenzivního zemědělství se zde upřednostňuje kvalita před kvantitou. Ekologické zemědělství nepodporuje monokultury, naopak významně podporuje biodiverzitu v krajině. Jeho produkty nesou označení bio.

Tento způsob zemědělství musí dodržovat určitá pravidla, což je přísně kontrolováno Ministerstvem zemědělství. Podle portálu eAGRI poskytuje ekologické zemědělství mnoho významných ekosystémových služeb. Například díky tomu, že nevypouští do krajiny agrochemické látky, snižuje náklady na čištění vod. Svými postupy také poskytuje nadstandardní životní podmínky chovaným zvířatům. Kvůli větší a dražší výrobní náročnosti, bývá ekologické zemědělství nákladnější než zemědělství konvenční. Výsledkem jsou sice potraviny kvalitnější (vyprodukované přirozeným způsobem), avšak dražší. V posledních letech ale i přes vyšší cenu se na trhu daří bio potravinám lépe, pravděpodobně díky vyšší informovanosti lidí. Nákupem bio produktů člověk podporuje mimo jiné šetrný přístup k přírodě.

Podle portálu eAGRI podíl spotřeby biopotravin v ČR na celkové spotřebě činí pouhé jedno procento.

3.4.1 Označení bio potravin

Potraviny, které nesou označení bio a jsou vyprodukované v České republice, musí být označené národním i evropským logem pro ekologické zemědělství.

Logo národního značení bio potravin se nazývá také „biozebra“. Jde o ochrannou celostátní známku pro bio potraviny a její používání je podloženo zákonem o ekologickém zemědělství z roku 2006.

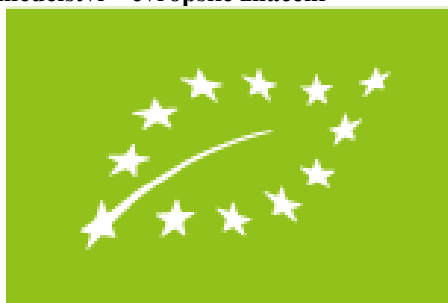
Obrázek 3 Logo pro ekologické zemědělství – národní značení



Zdroj: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>

Jiné logo se používá pro evropské značení produktů ekologického zemědělství. Od roku 2010 je jeho používání povinné. Kromě loga platí povinnost uvést na obalu místo, kde byly vyprodukovány použité zemědělské suroviny. Použití tohoto loga je dobrovolné pouze v případě, pokud byly bio potraviny dovezeny do Evropské unie ze zemí třetího světa.

Obrázek 4 Logo pro ekologické zemědělství – evropské značení



Zdroj: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>

Kromě zmiňovaných log musí výrobek nést také kód kontrolní organizace a informace o původu surovin, ze kterých se produkt skládá.

3.5 Rapunzel

V této kapitole a jejich dílčích podkapitolách jsou informace čerpány z tištěné příručky „Rapunzel – Sustainability Report 2013-2017“ vydané v roce 2018, pokud není uvedeno jinak. Příručka mi byla poskytnuta přímo od společnosti Rapunzel.

Rapunzel je jedním z předních prodejců bio potravin v Evropě. Společnost založil Joseph Wilhelm a Jennifer Vermeulen v roce 1974 v bavorském městě Augsburg. Z počátku se jednalo pouze o malou prodejnu zdravých potravin. Jedním z prvních produktů Rapunzela byly oříškové pasty, sušené ovoce a müsli. Dnes firma vyrábí více než 450 různých produktů, má více než 300 zaměstnanců a je známá po celém světě.

Klíčovým aspektem výroby je kvalita potravin. Rapunzel si zakládá na pečlivém výběru svých dodavatelů. Specializovaní zaměstnanci firmy Rapunzel jsou již od samého počátku spolupráce v osobním kontaktu s dodavateli a kontrolují jejich činnost ohledně pěstování plodin. Aby se zajistila špičková kvalita Rapunzel produktů, veškeré dodané suroviny jsou testovány a podrobeny detailní analýze v nezávislých laboratořích.

Společnost udává, že si zakládá na čtyřech pilířích: vysoká kvalita potravin, sociální kritérium, ochrana přírodních zdrojů a kontrolované ekologické pěstování. V této práci chci upozornit a vyzdvihnout především sociální podporu dodavatelů a etické obchodování, na které Rapunzel dává velký důraz. Na základě jejich filozofie podnikání vznikl projekt Hand in hand, na který se v následujících kapitolách zaměřím.

Obrázek 5 Logo společnosti Rapunzel



Zdroj: <https://www.rapunzel.de/en/about.html>

3.5.1 Projekt Hand in hand

Jak jsem naznačila již v úvodní kapitole o firmě, základní motto jejich podnikání je „organics with love“, tedy v překladu „bio s láskou“. Souvisí to právě s jejich strategií

podnikání, a to že zdravé potraviny mohou být vyráběny pouze zdravými a šťastnými lidmi. Navazují právě na fair trade neboli spravedlivý obchod, který je nedílnou součástí projektu Hand in hand (dále jen HIH).

HIH tedy spojuje dva fenomény současné moderní doby, a to fair trade a bio potraviny. Podle společnosti Rapunzel je totiž ekologické zemědělství a fair trade základem pozitivního a udržitelného rozvoje.

Obrázek 6 Logo Hand in hand



Zdroj: <https://www.rapunzel.de/en/hand-in-hand-fair-trade-program.html>

Zakládá si na kvalitě spolupráce s farmáři z rozvojových zemí a na kvalitě produkovaných surovin. Projekt HIH vznikl v roce 1992 spoluprací s družstvem El Ceibo v Bolívii a nyní spolupráce zahrnuje celou řadu obchodních partnerů, od kterých společnost nakupuje základní suroviny pro výrobu svých produktů, jako jsou např. kakao, káva, třtinový cukr nebo palmový olej. Logo HIH nese více jak 150 produktů značky Rapunzel, které jsou vyrobeny z více jak 50 % z fair trade produktů.

Mezi produkty, které se vyrábí s logem HIH, patří například mnoho druhů čokolád, káva, třtinový cukr, vanilka, datle, kokosový olej, ořechy nebo dokonce bonbony.

Obrázek 7 Produkty HIIH



Zdroj: <https://www.rapunzel.de/produkte-bio-naturkost.html>

3.5.1.1 Obecné požadavky

V rámci HIIH projektu se společnost Rapunzel a její dodavatelé, kteří jsou součástí HIIH projektu, zavazují k dodržování lidských práv v plném rozsahu, jak jej definuje Všeobecná deklaráce lidských práv. Jedním z dalších významných závazků společnosti je ochrana místních přírodních ohrožených druhů z říše rostlin i zvířat. Společnost Rapunzel se snaží být v souladu s přírodou a místními tradicemi.

Pro členství HIIH projektu je nutné dodržovat podmínky fair tradu nezávisle na tom, jestli společnost spolupracuje s rozlehlými farmami či malými zemědělskými družstvy založené na rodinné tradici. Celý projekt má velmi specifická a konkrétní kritéria, aby byla dodržena kvalita, a především sociální podpora zemědělců třetího světa v maximální míře.

Jako produkt ve spolupráci HIIH projektu smí být označen ten produkt, který obsahuje minimálně polovinu množství ze surovin vypěstovaných v rámci HIIH spolupráce.

3.5.1.2 Obchodní vztahy a ceny

K udržení prestiže projektu je pro obě strany výhodná dlouhodobá spolupráce, na které si Rapunzel zakládá. Důležitým kritériem vzájemné spokojenosti je otázka ceny. Cena za jednotlivé suroviny se určuje především v závislosti na lokalitě, odkud se surovina odebírá. Rapunzel bere v potaz především náklady na žití v jednotlivých oblastech a na minimální mzdu, která je daná místními zákony. Podmínkou je, že cena za suroviny se vyplácí vyšší než u konvenční produkce.

3.5.1.3 Kritéria spolupráce s dodavateli

V následující kapitole jsou popsána vybraná kritéria, která jsou dodavatelé HHH surovin nuceni dodržovat.

Aby mohli dodavatelé poskytovat suroviny v rámci HHH projektu, musí vlastnit bio certifikaci podle regulí Evropské unie a musí být řádně registrováni jako dodavatel společnosti Rapunzel.

Spolupráce s projektem zavazuje dodavatele k neničení přírody. Zakazuje jim vypalování a kácení lesů a jiné způsoby k rozšíření zemědělské půdy. S rostoucí celosvětovou degradací životního prostředí by měli dodavatelé dbát např. na kontrolu eroze, optimální využití vody, kontrolu emisí, nakládání s odpady, recyklaci a další.

Pracovní podmínky musí být jasně definované mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem. Všichni pracovníci jsou oprávněni znát podmínky svého zaměstnání jako je např. pracovní doba, mzda, podmínky přesčasů, nárok na dovolenou atd. Tyto podmínky musí být uvedeny písemně v pracovní smlouvě. Dodavatel musí společnosti Rapunzel dokládat aktualizované seznamy svých zaměstnanců.

Další podmínkou, k níž se musí dodavatel surovin zavázat, je umožnit přístup všem svým zaměstnancům k čisté pitné vodě, jídlu a bydlení s řádným hygienickým zařízením. Bydlení poskytované zaměstnavatelem musí být levnější než jiné bydlení v dané oblasti.

V rámci pracovních vztahů musí zaměstnavatel respektovat osobní svobodu svých zaměstnanců. Ti mají právo na svobodu sdružování a kolektivního vyjednávání. Mohou tedy založit např. odborovou organizaci.

Základní podmínkou, co se týče mezd, je vyplácení stejné částky za stejný úkol bez ohledu na pohlaví. Rapunzel si cení práce žen, a dokonce v rámci fondu HHH (viz kapitola 3.5.1.5) sponzorují také pouze čistě ženské projekty, aby podpořil ženy, které nemají lehkou situaci v rámci postavení ve společnosti. Rapunzel také požaduje, aby se zaměstnancům všech svých dodavatelů vyplácela řádná mzda, která nesmí být nižší než národní zákonná minimální mzda nebo průměr mezd v regionu.

V podmínkách spolupráce je definována také maximální pracovní doba, a to 48 hodin týdně. Pokud se objeví výjimečný stav, kdy jsou potřeba od zaměstnanců pracovat přesčas (např. v období sklizně), zaměstnanec musí tuto skutečnost oznámit s dostatečným předstihem. Za žádnou cenu ale nesmí zaměstnanec pracovat více jak 18 dní vkuse bez dne odpočinku. Všichni zaměstnanci mají nárok na placenou dovolenou.

Je zakázána práce dětí do 15 let. Je ale dovolena práce mladých pracovníků (15–18 let) odpovídající jejich psychickým a fyzickým možnostem. Dodavatel HIIH se zaručuje, že práce mladých lidí neohrozí jejich sociální, morální a fyzický vývoj. Jejich pracovní náplň se nesmí uskutečňovat ve školních hodinách, nesmí být fyzicky náročná nebo se vykonávat v nočních hodinách (od 19:00 do 6:00).

Společnost Rapunzel dále požaduje, aby dodavatelé chránili osobní práva svých zaměstnanců. Nesmí probíhat žádná diskriminace na základě barvy pleti, náboženství, zdravotního handicapu, pohlaví, sexuální orientace, věku aj. Zaměstnavatelé se nezúčastňují, nepodporují ani netolerují použití tělesných trestů, slovních útoků nebo psychického či fyzického nátlaku.

Pracovníci by neměli být vystaveni žádnému ohrožení na zdraví. Od těhotných a kojících žen se nevyžaduje plnění pracovních úkolů, které by mohly ohrozit psychické či fyzické zdraví jich samotných či jejich dětí.

Na pracovišti je také povinností mít zajištěná oddělená hygienická zařízení a šatny pro muže a ženy. Ty musí být pravidelně čištěny a dobře udržované.

Výše zmíněné podmínky mohou působit jako samozřejmost, je ale nutné si uvědomit, že v rozvojových zemích často tato základní práva nejsou dodržována.

3.5.1.4 Podpora HIIH dodavatelů

Projekt HIIH nabízí také možnost financování, pokud si o něj zemědělské družstvo požádá. Posuzuje se vždy konkrétní situace družstva a důvod půjčky, a na základě momentálních možností firmy Rapunzel se společnost snaží družstvu vyhovět. Obecně platí, že půjčky schvaluje do částky 50 % ročního obrátu s daným dodavatelem.

3.5.1.5 Fond HIIH

Jelikož se firma velmi angažuje v sociální stránce obchodu, založil Rapunzel v roce 1998 v rámci projektu také fond HIIH. Celá myšlenka spočívá v tom, že jedno procento z výtědku HIIH produktů putuje právě do tohoto fondu. Podle webových stránek společnosti Rapunzel dosáhla k 1. lednu 2021 celková darovaná částka do fondu již 1,9 milionů eur (v přepočtu téměř 50 milionů Kč).

Peníze z fondu se využijí na projekty se sociálním nebo ekologickým zaměřením, zejména na zpřístupnění pitné vody, obnovitelné energie, podporu ekologického

zemědělství, výuky v rozvojových zemích nebo na okamžitou podporu HIIH partnerů v případě přírodní katastrofy. Dle informací dostupných z webových stránek Rapunzelu fond celkově podpořil již 428 projektů v 64 zemích (informace k 1. lednu 2021).

Příkladem je poskytnutí přibližně 10 000 eur (v přepočtu více jak 2,5 milionů Kč) do oblastí postižených zemětřesením v dubnu 2016 v Ekvádoru. Při této přírodní katastrofě byla zničena spousta domů a místní obyvatelé přišli o zásoby jídla a zdroje pitné vody. Díky penězům poskytnutých z HIIH fondu byly v postižené oblasti postaveny a vybaveny jídelny a obyvatelům byly poskytnuty vodní filtry, aby lidé získali a zvládli obnovit zdroje pitné vody.

Menším, za to velmi zajímavým a přínosným projektem v rámci osvěty, který fond podpořil, je projekt „Zdravý úsměv pro rodiny“ v Peru. S pomocí španělského zubaře se děti v místní škole učily, jak se správně starat o chrup. Z finančních prostředků v celkové hodnotě 2 000 eur (v přepočtu více jak 50 000 Kč) byly nakoupeny zubní kartáčky, zubní pasty a hrníčky na zubní kartáček pro každé dítě.

4 Vlastní práce

V rámci této kapitoly bude představen kvantitativní výzkum o vnímání fenoménu fair trade a bio produktů. Výzkum byl proveden pomocí dotazníkového šetření. K dotazníku byl k dispozici informační leták, který nesl základní definice a fakta z oblasti spravedlivého obchodu, bio potravin a projektu Hand in hand, na který je tato bakalářská práce zaměřena.

Následující kapitola se zabývá rozbořem rozhovoru, ve kterém se Luděk Šťastný, majitel české firmy s bio potravinami bio nebio s.r.o., vyjádřil k otázkám týkajícím se především problematiky bio produkce.

4.1 Dotazník

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda mají dotazovaní povědomí o tom, co znamená označení fair trade a bio, a podle čeho vybírají potraviny, které nakupují pro svoji potřebu. Dotazník zkoumal také fakt, jestli jsou respondenti ochotni zaplatit vyšší cenu za fair trade či bio potraviny a jak často je případně nakupují. Byla stanovena hypotéza, že se většina dotazovaných s výrobky značky Rapunzel nesešla.

Šetření probíhalo od 4.1.2021 do 5.3.2021 prostřednictvím vyplňování tištěných dotazníků, a to na těchto místech: ve dvou pražských administrativních budovách, v mladoboleslavské pobočce banky a ve vybraných domácnostech městyse Nehvizdy. Byly tedy rozmístěny mezi různé okruhy lidí, aby se pokryla co největší škála zastoupení populace. Následné zpracování probíhalo ručním sečtením jednotlivých odpovědí, zanesením výsledků do tabulkového editoru MS Excel a bylo ukončeno vytvořením koláčových a sloupcových grafů pro lepší přehlednost výsledků.

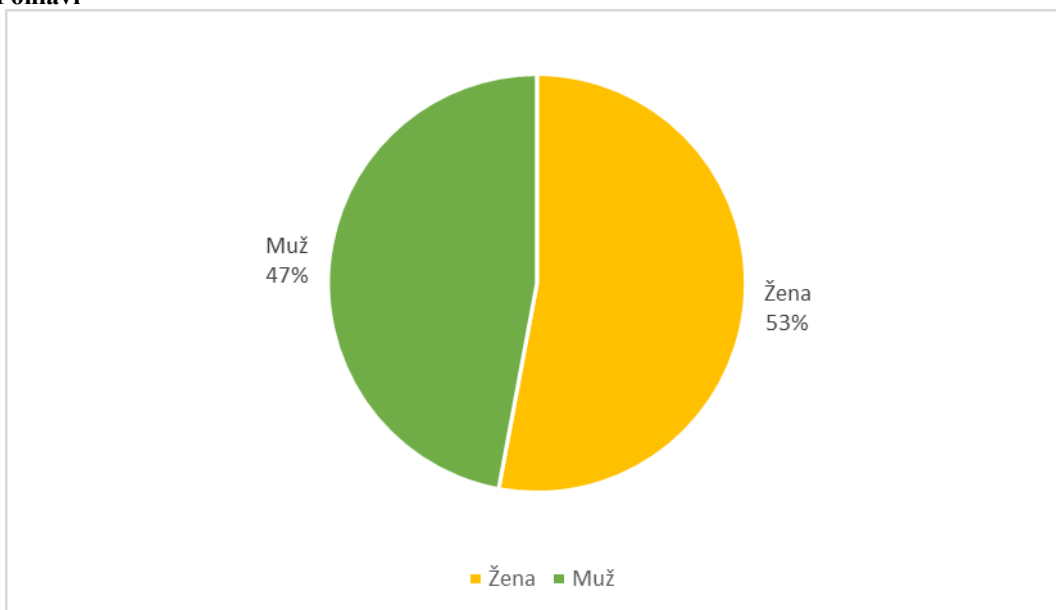
Ankety se zúčastnilo celkem 119 respondentů.

Dotazník čítá celkem 17 otázek, z nichž 4 jsou otázky charakterizující respondenty (pohlaví, věk, vzdělání, příjem). Dotazník je součástí bakalářské práce (viz příloha 1).

4.1.1 Charakteristika respondentů

Následující kapitola slouží k procentuálnímu vyjádření zastoupení účastníků dotazníkového šetření na základě kategorií pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání a čistý příjem respondenta.

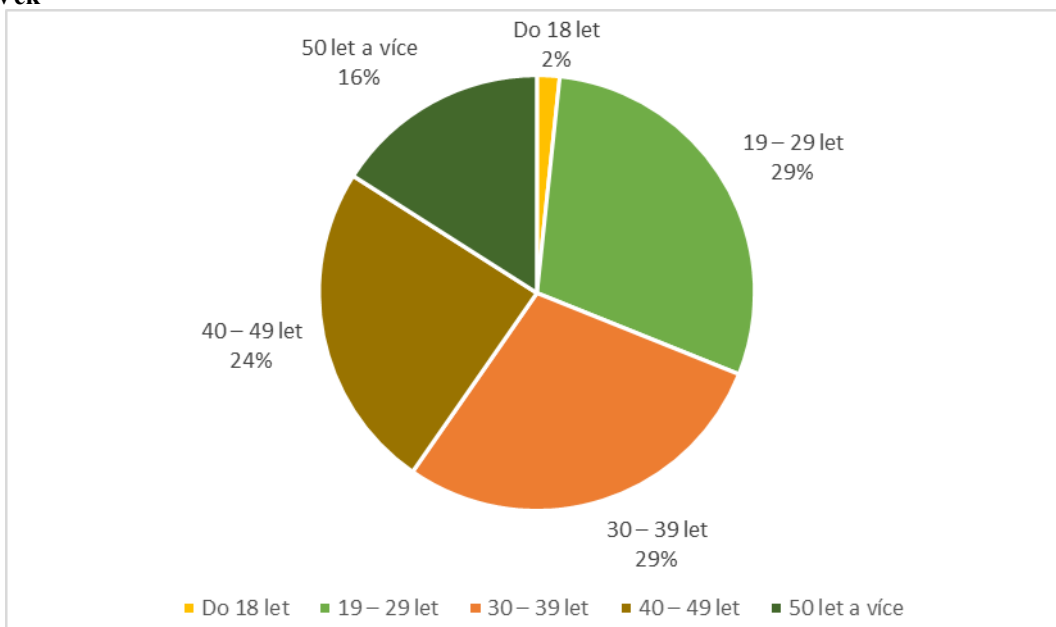
Graf 1 Pohlaví



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Jak ukazuje graf 1 výše, dotazník vyplnilo z celkového počtu 119 osob 47 % mužů (56 osob) a 53 % žen (63 osob). Ve zkoumané skupině respondentů tedy byla téměř vyrovnána zastoupení obou pohlaví, což je pro interpretaci výsledků výhodnější a nedojde tak ke zkreslení výsledků.

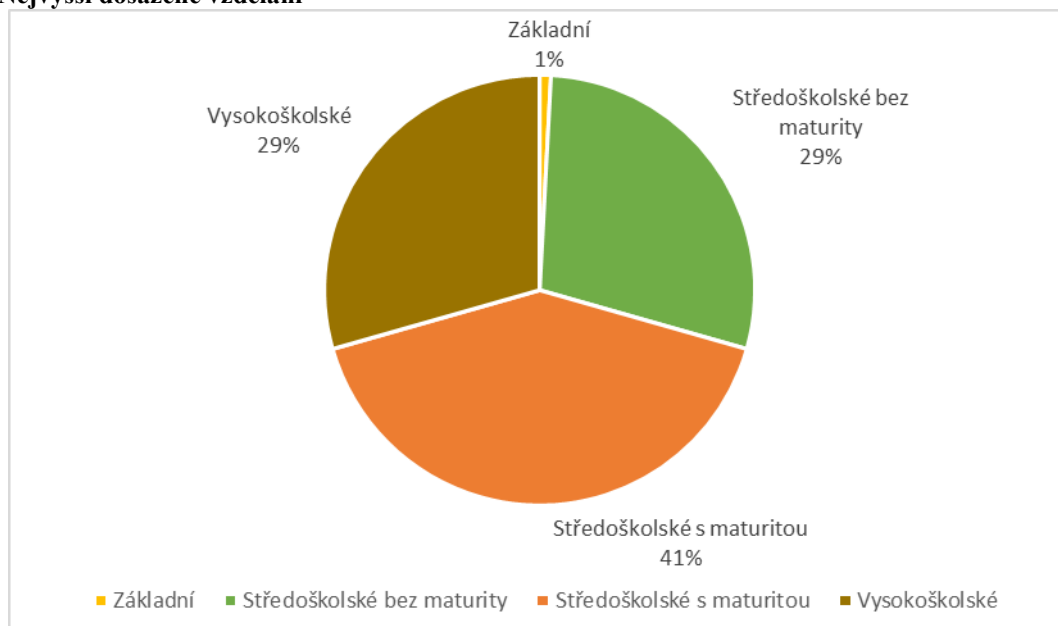
Graf 2 Věk



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Graf 2 charakterizuje respondenty podle věkové kategorie. Nejvíce respondentů spadá do kategorie 19–29 let (35 osob) a do kategorie 30–39 let (34 osob). Procentuální zastoupení obou skupin činí 29 %. O něco méně početnější věkovou kategorií je skupina respondentů, kterým je 40–49 let (29 osob). Ankety se zúčastnilo dále 16 % respondentů (19 osob), kterým je 50 let a více. Zcela nejméně početnou skupinou jsou respondenti ve věkové kategorii do 18 let (2 osoby). Tato skupina je oproti ostatním kategoriím zastoupena jen velmi málo, což je zřejmě způsobeno rozmístěním dotazníků. Jak již bylo zmíněno v kapitole 4.1, dotazníky byly vyplněny především osobami z administrativních budov, tedy zaměstnanci. Jelikož se tato anketa ale soustředí především na nákup potravin, není tato věková skupina pro šetření tak významná i z toho důvodu, že osoby v ní zahrnuté nejsou ekonomicky aktivní.

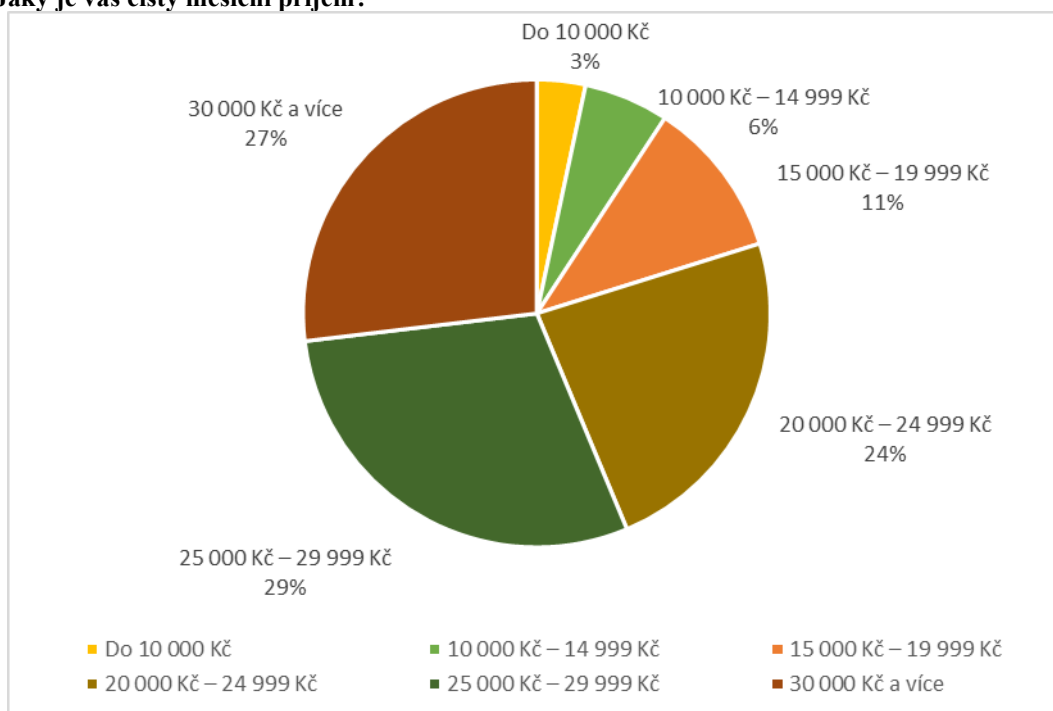
Graf 3 Nejvyšší dosažené vzdělání



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Další otázka zkoumala nejvyšší dosažené vzdělání účastníků ankety. Procentuální zastoupení je vyobrazeno v grafu 3. Pouze jeden účastník uvedl, že má nejvýše dosažené základní vzdělání (1 %). Nejvíce zastoupenou kategorií je středoškolské vzdělání s maturitou, kterou zvolilo 41 % respondentů (49 osob). Zbylé dvě kategorie jsou opět zastoupeny téměř rovnoměrně. Středoškolského vzdělání bez maturity dosáhlo 29 % respondentů (34 osob) a stejné procento charakterizuje i skupinu respondentů s vysokoškolským vzdělání (35 osob).

Graf 4 Jaký je váš čistý měsíční příjem?



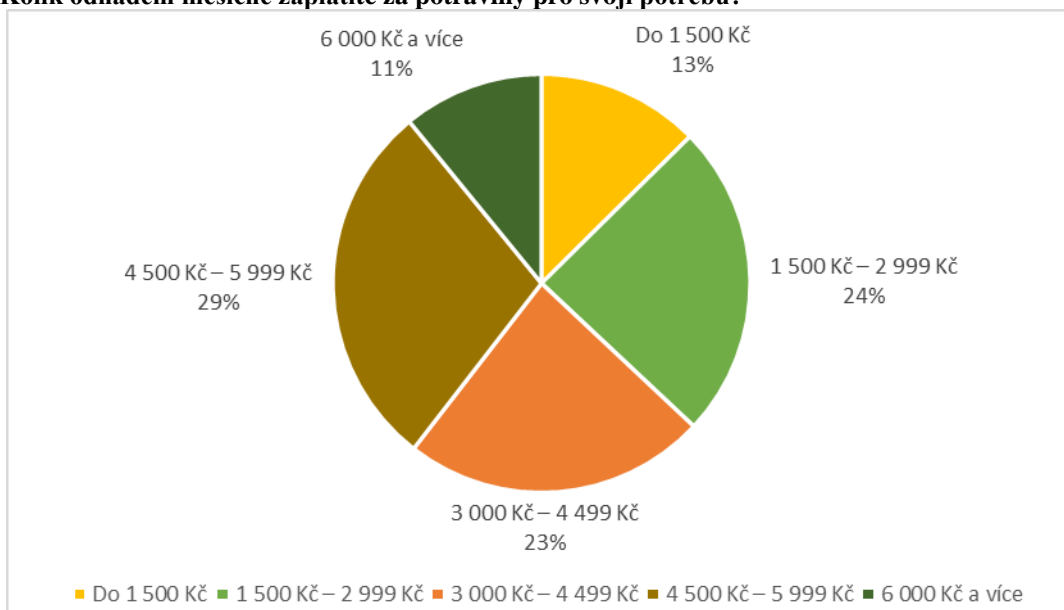
Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Poslední otázka, která se váže k charakteristice respondenta, se týká jejich čistého příjmu za jeden měsíc. Z grafu 4 je zřejmé, že nejvíce jsou zastoupeni účastníci s čistým měsíčním příjmem od 25 000 Kč do 29 999 Kč. Jejich procentuální zastoupení činilo 29 % (35 osob). 27 % účastníků, tedy o pár respondentů méně (32 osob), uvedlo, že spadá do kategorie s příjmem 30 000 Kč a více. Do kategorie s čistým příjmem od 20 000 Kč do 24 999 Kč se zařadilo 24 % respondentů (28 osob). Výrazně menší zastoupení tvořily zbylé kategorie, které dohromady zahrnovaly příjmy do 20 000 Kč. V součtu všech tří kategorií do nich spadá 20 % dotázaných (34 osob). Detailní rozřazení zobrazuje graf 4 výše.

4.1.2 Výsledky ankety

Tato kapitola bude věnována rozboru otázek týkající se samotné podstaty dotazníku, tedy otázkám ohledně fair trade, bio produkce a projektu Hand in hand.

Graf 5 Kolik odhadem měsíčně zaplatíte za potraviny pro svoji potřebu?

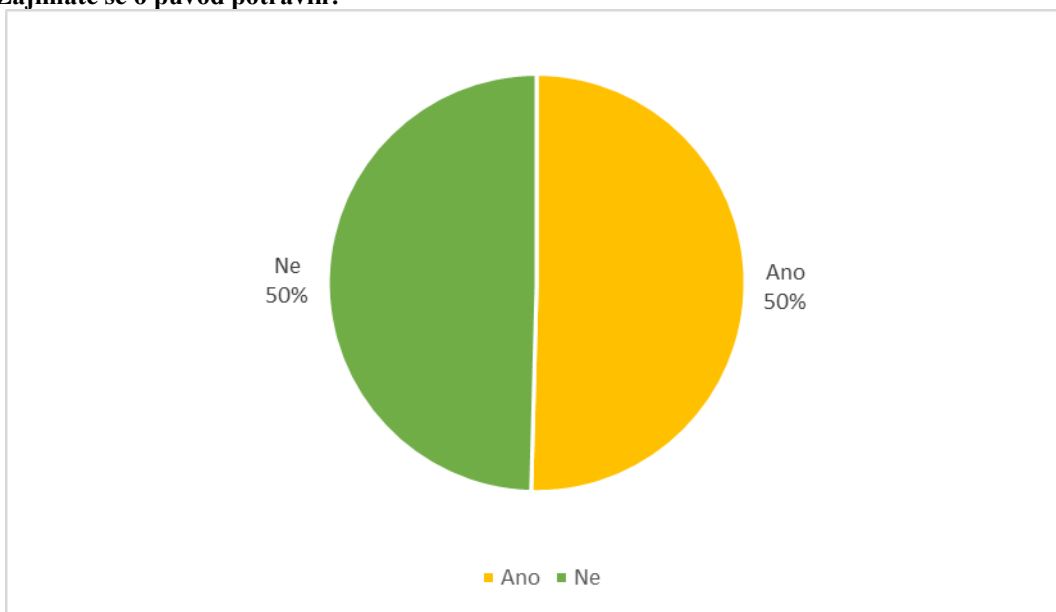


Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Otázka ohledně výše částky zaplacené za potraviny pro svoji potřebu předchází otázkám, které budou směřovány na zájem o bio/fair trade potraviny. Z toho důvodu, že bio/fair trade výrobky jsou dražší než ty konvenční, je zde zkoumána otázka, kolik jsou respondenti měsíčně ochotni utratit za potraviny bez ohledu jakého jsou druhu či původu.

Z grafu 5 lze na první pohled říci, že žádná z kategorií nijak výrazně nepřevyšuje druhou. Nejvíce respondentů (34 osob, 29 %) uvedlo, že za měsíc utratí 4 500 Kč–5 999 Kč za potraviny, které sami spotřebují. 24 % dotazovaných (29 osob) uvedlo, že měsíčně za potraviny utratí 1 500 Kč–2 999 Kč a 23 % dotazovaných (28 osob) věnují potravinám částku 3 000 Kč–4 499 Kč. Dvě krajní možnosti označilo nejméně respondentů, ale jejich zastoupení bylo opět poměrně vyrovnané. Možnost do 1 500 Kč uvedlo 13 % respondentů (15 osob) a odpověď 6 000 Kč a více označilo 11 % účastníků (13 osob).

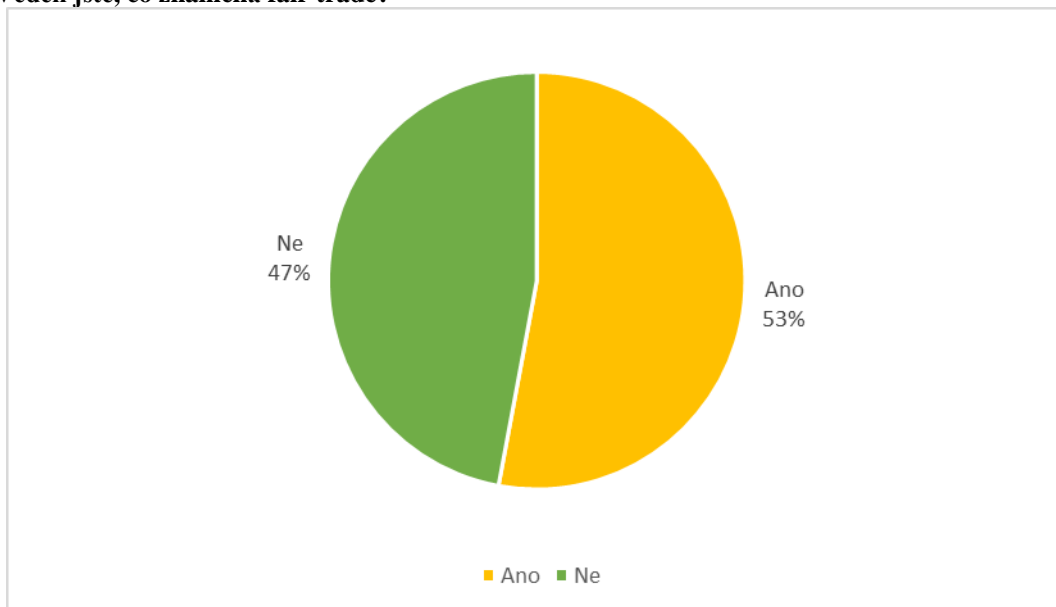
Graf 6 Zajímáte se o původ potravin?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Otázka číslo 6 zjišťovala, zda se respondenti zajímají o původ potravin. Odpovědi byly zastoupeny zcela rovnoměrně, obě možnosti byly zvoleny z 50 % (ano zvolilo 60 osob, ne zvolilo 59 osob).

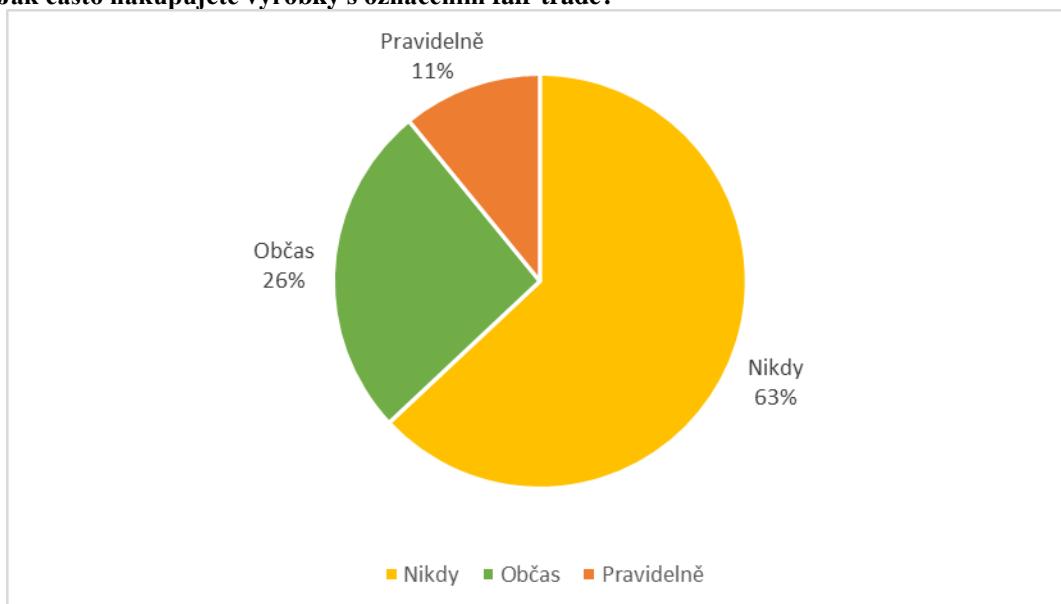
Graf 7 Věděli jste, co znamená fair trade?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Graf 7 vyobrazuje odpovědi na otázku, zda respondenti znali a věděli, co znamená pojem fair trade. Odpověď ano uvedlo 53 % respondentů (63 osob), 47 % (56 osob) pojem neznalo.

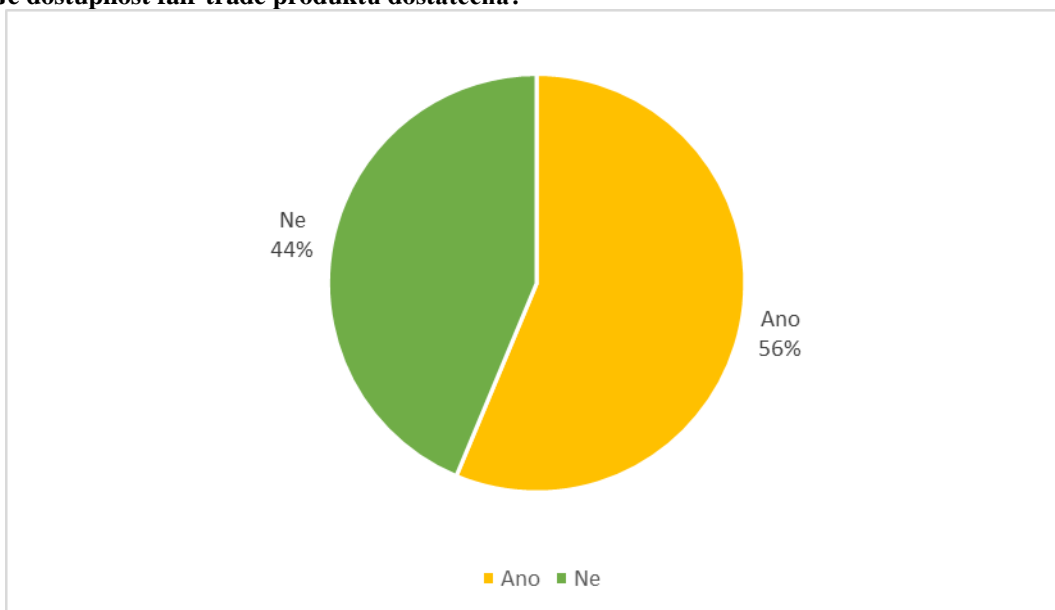
Graf 8 Jak často nakupujete výrobky s označením fair trade?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Další otázka zjišťuje, zda dotazovaní nakupují fair trade produkty, případně jak často. Odpovědi jsou zaznamenány v grafu 8. Výrazná většina respondentů uvedla, že fair trade výrobky nenakupuje nikdy (63 %, 75 osob). Druhou nejpočetnější skupinou jsou respondenti, kteří označili možnost občas (26 %, 31 osob). Pouhých 11 % dotazovaných (13 osob) uvedlo, že fair trade výrobky nakupuje pravidelně.

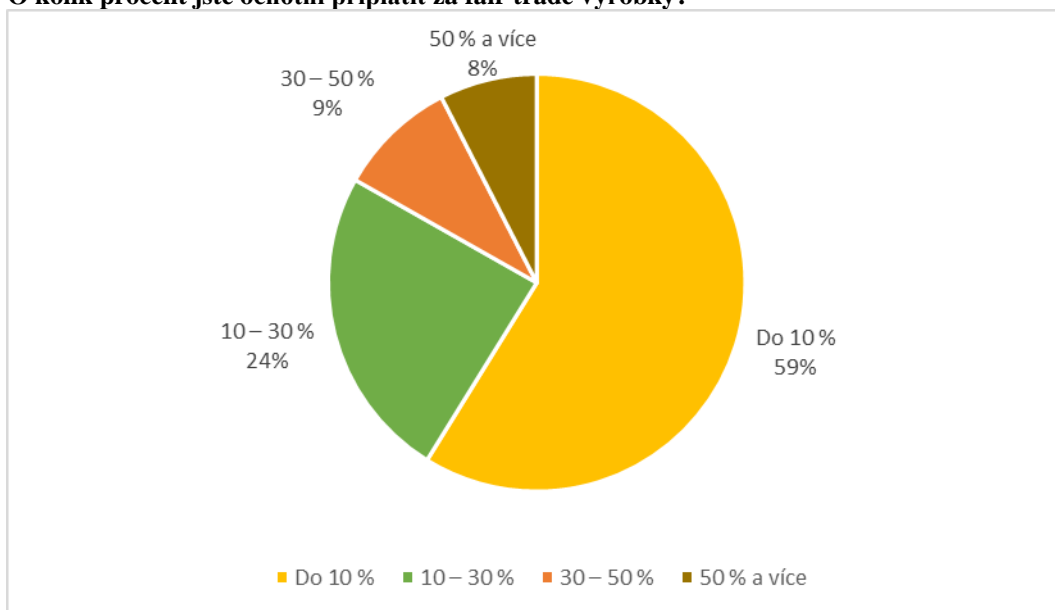
Graf 9 Je dostupnost fair trade produktů dostatečná?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Graf 9 zobrazuje procentuální zastoupení odpovědí na otázku, zda jsou podle respondentů fair trade výrobky dostatečně dostupné. Nadpoloviční většina dotazovaných (56 %, 67 osob) uvedla, že si myslí, že je jejich dostupnost dostatečná. Opačný názor zastává 44 % respondentů (52 osob).

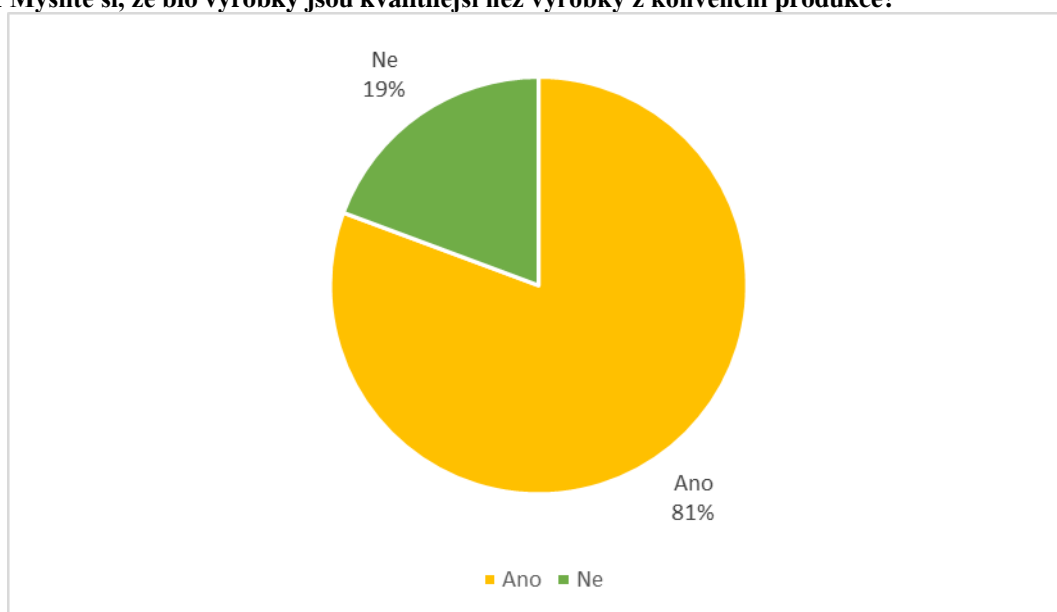
Graf 10 O kolik procent jste ochotni připlatit za fair trade výrobky?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Následující otázka se týkala toho, o kolik procent jsou si respondenti ochotni připlatit za fair trade oproti konvenčním výrobkům. V souvislosti s otázkou 8 se potvrdilo, že podobné procento respondentů, kteří nikdy nekupují fair trade výrobky, nejsou ochotni připlatit si za fair trade více jak 10 %. Jak je uvedeno v grafu 10, tuto možnost zvolilo 59 % dotazovaných (70 osob). Druhá nejpočetněji zvolená možnost byla 10–30 %, kterou zvolilo 24 % respondentů (29 osob). 9 % respondentů (11 osob) by si za fair trade připlatilo 30–50 % a pouze 8 % dotázaných (9 osob) je ochotných připlatit za fair trade více jak 50 % ceny.

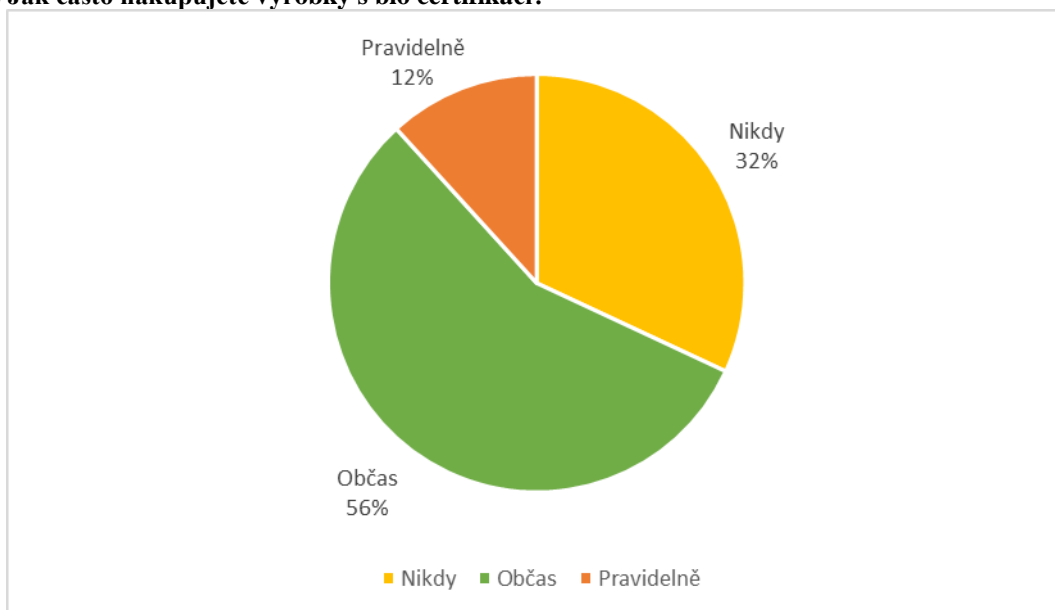
Graf 11 Myslíte si, že bio výrobky jsou kvalitnější než výrobky z konvenční produkce?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Otázka 11 se již zabývá problematikou bio produkce. Dotázaným byla položena otázka, zda si myslí, že výrobky označené bio certifikací jsou kvalitnější. Výrazná většina respondentů uvedla, že ano (81 %, 96 osob). Odpověď ne uvedlo 19 % respondentů (23 osob).

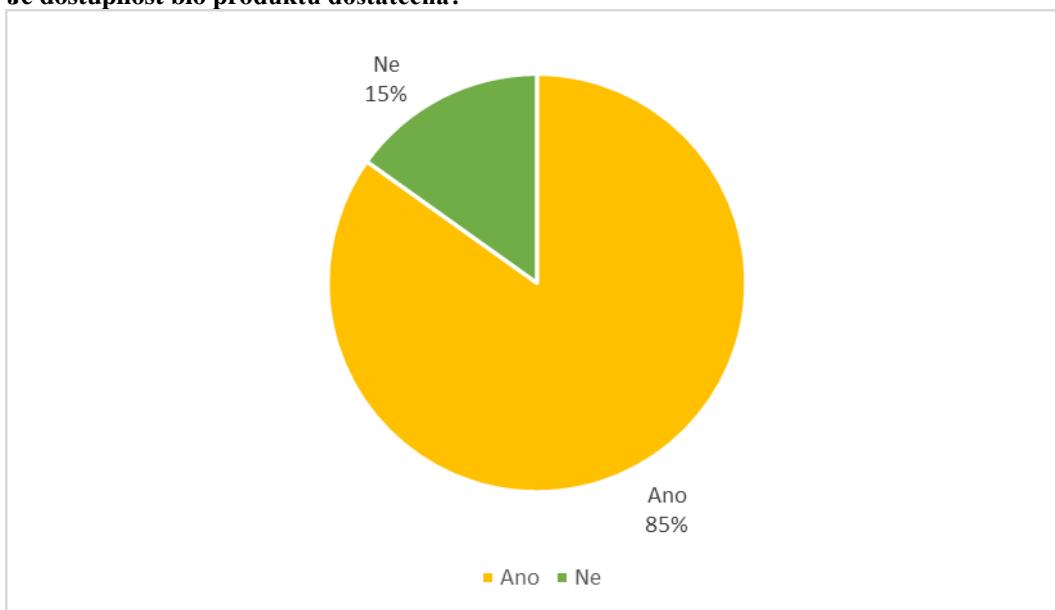
Graf 12 Jak často nakupujete výrobky s bio certifikací?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Otázka 12 zjišťovala četnost nákupu bio výrobků. Nadpoloviční většina tázaných (56 %, 67 osob) uvedla, že bio výrobky nakupují občas. Na druhém místě se umístila odpověď nikdy s 32 % (38 osob). Zbylí respondenti (12 %, 14 osob) nakupují bio výrobky pravidelně.

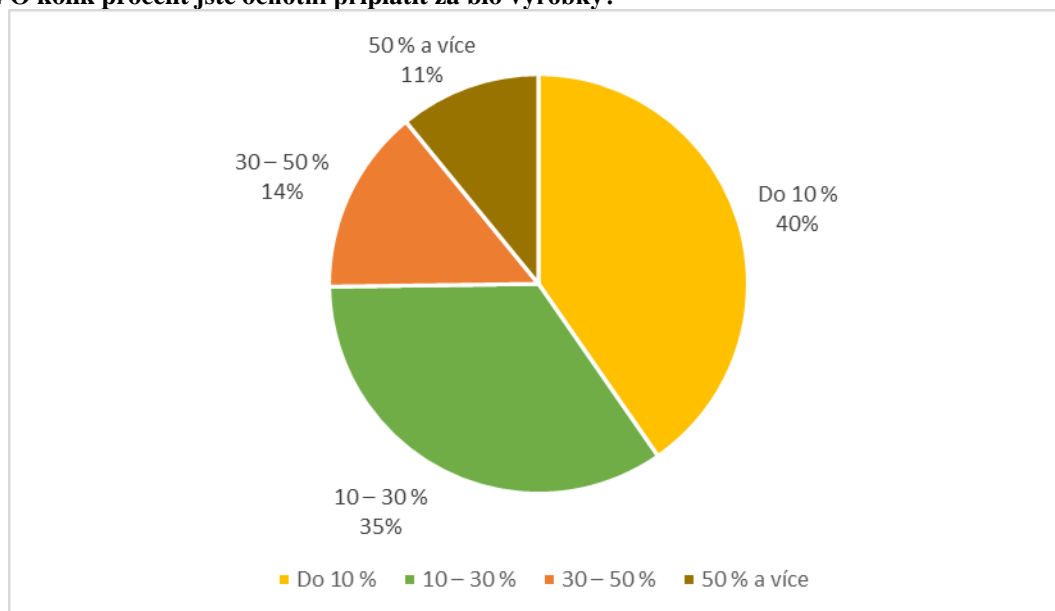
Graf 13 Je dostupnost bio produktů dostatečná?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Na otázku týkající se dostupnosti bio produktů uvedlo až 85 % dotazovaných (101 osob), že si myslí, že jejich dostupnost je dostatečná. Zbýlých 15 % (18 osob) tento názor nesdílí a myslí si, že je jejich dostupnost nedostatečná.

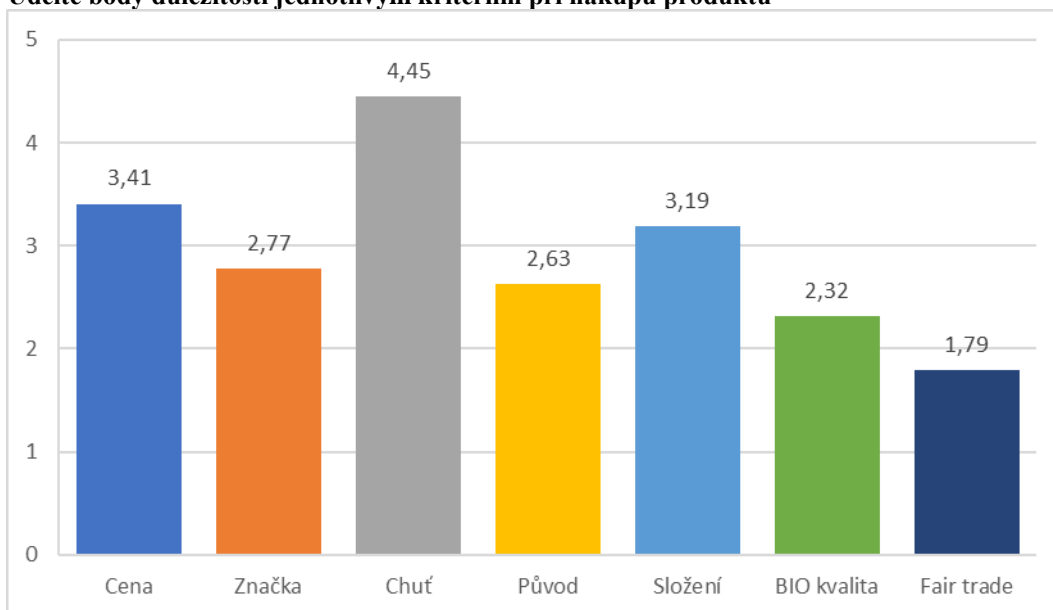
Graf 14 O kolik procent jste ochotni připlatit za bio výrobky?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Stejně tak jako otázka 10 zkoumala, o kolik procent jsou lidé ochotni utratit více peněz za fair trade, zde se ukazuje, o kolik procent jsou respondenti ochotni utratit více za bio výrobky. Největší skupinu tvoří opět odpověď do 10 %, kterou zvolilo 40 % respondentů (48 osob). Velké zastoupení získala i odpověď 10-30 %. Tu vybralo 35 % dotazovaných (41 osob). Zbylé dvě možnosti jsou procentuálně zastoupeny velmi podobně. Konkrétní data ukazuje graf 14 výše.

Graf 15 Udělte body důležitosti jednotlivým kritériím při nákupu produktu

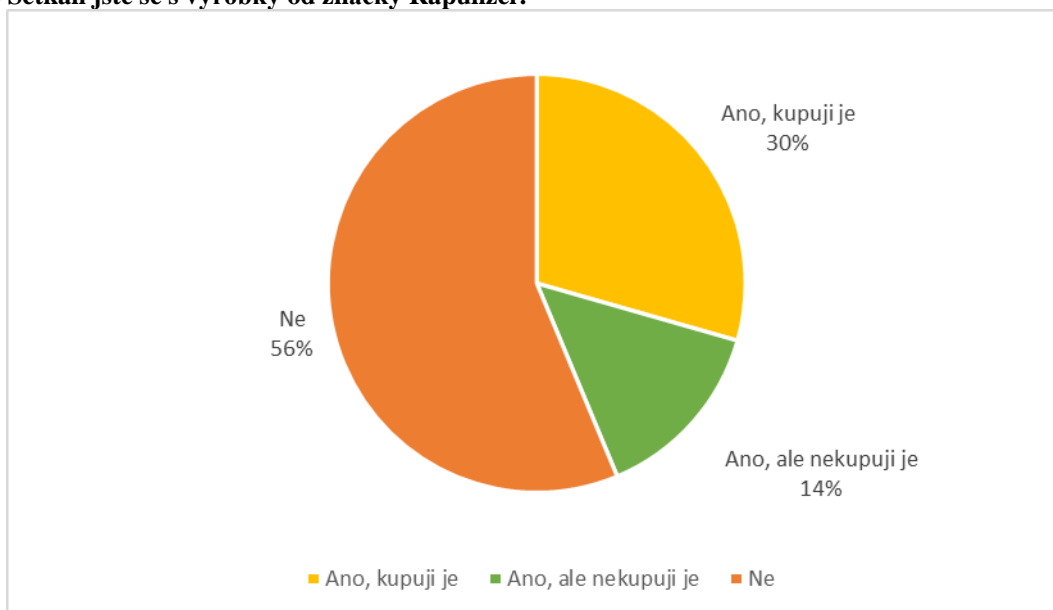


Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Pro vyhodnocení otázky 15 byl pro přehlednější výsledky použit graf sloupcový, tedy jiný než v ostatních otázkách. Zde udělovali respondenti body podle toho, jak jsou pro ně jednotlivá kritéria důležitá při nákupu produktu. Stupnice tvořila čísla 1–5, přičemž 1 bod znamenal zcela nevýznamné kritérium, 5 bodů představovalo kritérium velmi důležité. Následně se udělené body jednotlivým kritériím zprůměrovaly a zanesly do tabulky.

Výrazně nejvyšší počet bodů získala chuť. Její výsledná hodnota činila 4,45 bodů. V pořadí druhým nejdůležitějším kritériem je podle výsledků cena (3,41 bodů) a následně složení výrobku (3,19 bodů). Méně jak 3 body v průměru obdržela značka (2,77 bodů) a původ (2,63 bodů). Na předposlední pozici je s 2,32 body bio kvalita a nejméně důležité kritérium představuje pro respondenty fair trade, které obdrželo 1,79 bodů.

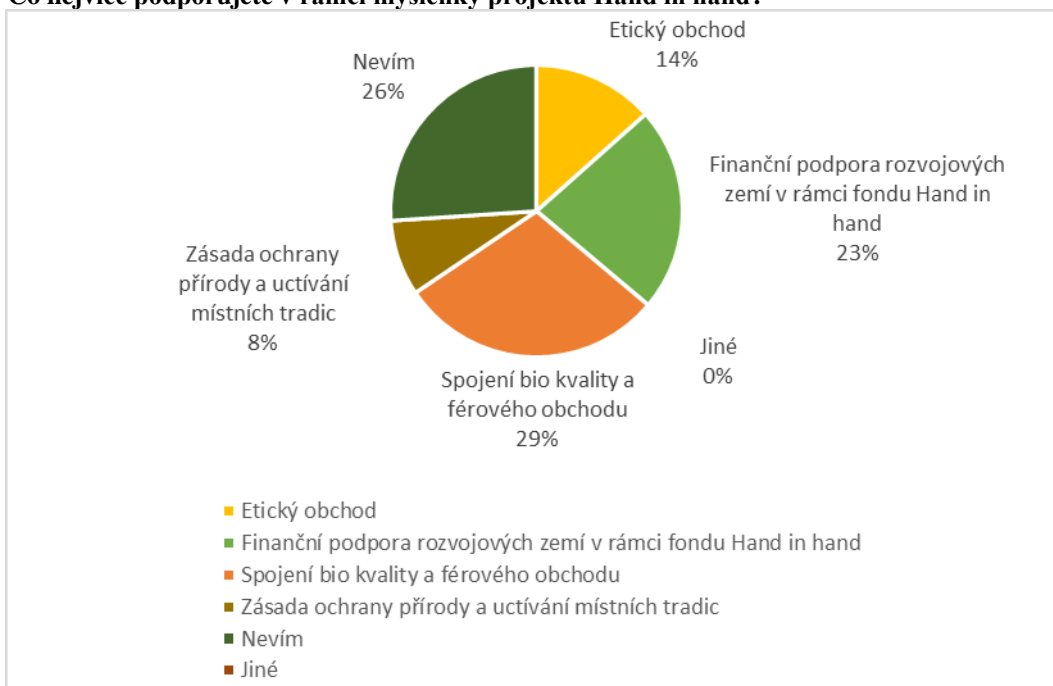
Graf 16 Setkali jste se s výrobky od značky Rapunzel?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Graf 16 reflektuje výsledky otázky, kde byli respondenti tázáni, zda se již setkali se značkou Rapunzel. Nadpoloviční většina uvedla, že se s Rapunzel výrobky nesešla (56 %, 67 osob). 30 % dotázaných (35 osob) uvedlo, že se s výrobky již setkala a že je kupuje. Zbýlých 14 % respondentů (17 osob) se s výrobky setkala, ale nekupuje je.

Graf 17 Co nejvíce podporujete v rámci myšlenky projektu Hand in hand?



Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Poslední otázka se zaměřila na fair tradový projekt Hand in hand firmy Rapunzel, o němž se píše v teoretické části této bakalářské práce. Jelikož bylo předpokládáno, že respondenti nebudou znát podstatu tohoto projektu, její principy a hlavní myšlenky byly krátce shrnuty v informačním letáku (viz příloha 2), který byl dotazovaným k dispozici před vyplněním dotazníků.

Podle respondentů je u Hand in hand produktů nejvíce oblíbená myšlenka spojení bio kvality a spravedlivého obchodu. Tuto odpověď označilo 29 % dotazovaných (35 osob). Druhou nejčastější odpovědí byla možnost nevím (26 %, 31 osob). Podobné procentuální zastoupení získala ale i myšlenka finanční podpory v rozvojových zemích (23 %, 27 osob). Výsledná procenta všech odpovědí jsou uvedena v grafu 17.

4.2 Rozhovor

Jak bylo uvedeno výše v úvodu kapitoly 4, na otázky v rozhovoru odpovídal Luděk Šťastný, majitel české firmy bio nebio s.r.o. Ten se uskutečnil on-line dne 9. března 2021. Rozhovor se zabýval především otázkou bio produkce, situace českého trhu s bio potravinami a spolupráce s firmou Rapunzel. Celé znění rozhovoru je uvedeno v příloze 3.

V úvodní otázce rozhovoru se Luděk Šťastný vyjádřil k situaci českého trhu biopotravin. Ve srovnání se zahraničím je Česká republika stále na počátku „bio rozmachu“. Na českém území chybí menší kamenné prodejny specializující se na bio potraviny. Většina bio produktů se nachází v regálech velkých supermarketů, které ale upřednostňují zahraniční dodavatele před českými.

Skutečnost, že si lidé uvědomují větší zodpovědnost za zemědělskou půdu, přibývají společnosti bio nebio s.r.o. noví zákazníci. Tržby firmy tedy pomalu stoupají, zároveň ale přibývá na českém trhu konkurence.

Společnost bio nebio s.r.o. má poměrně dost dodavatelů. V rozhovoru tedy i zazněla otázka, kde se dodavatelé bio surovin hledají. Bio nebio s.r.o. dodavatele vyhledává aktivně na lokálních trzích v České republice, zároveň se ale určití dodavatelé s nabídkou ozývají sami. Společnost do sortimentu téměř automaticky zařazuje celý bio sortiment dodavatelů, pravidelně jej doplňuje novinkami. Zákazníci sami postupně vyselektují, které produkty jsou pro ně atraktivní a které v nabídce zůstanou.

Potřebnou bio certifikaci není náročné získat. Je potřeba ale počítat s častými namátkovými kontrolami certifikačních firem. To ale zaručuje zákazníkům pravidelnou kontrolu kvality.

Vztah společnosti bio nebio s.r.o. s firmou Rapunzel, která je součástí předmětu zkoumání této bakalářské práce, trvá 15 let. Bio nebio s.r.o. je výhradním distributorem výrobků Rapunzel pro český trh a právě jejich produkty tvoří velkou část nabídky této české firmy. Výrobky s logem Hand in hand podporuje tak, že je přednostně nakupuje a nabízí českým zákazníkům.

5 Výsledky a diskuse

5.1 Výsledky dotazníkového šetření

Anketu vyplnilo 119 osob, konkrétně 63 žen a 56 mužů v celkem rovnoměrně zastoupených věkových kategoriích od 19 let výše. Dotazníkového šetření se zúčastnily pouze 2 osoby mladší 19 let, a to pravděpodobně z toho důvodu, že dotazníky byly k dispozici především na pracovištích. Dá se tedy předpokládat, že valná většina účastníků byla zaměstnaná, a tedy i ekonomicky aktivní. Nejvíce respondentů má čistý měsíční příjem v rozmezí od 25 000 Kč do 29 999 Kč. Téměř stejné procentuální zastoupení měla kategorie 30 000 Kč a více. Podle webu Českého statistického úřadu činila ve 4. čtvrtletí 2020 průměrná měsíční hrubá mzda 38 525 Kč, což představuje přibližně 30 000 Kč čistého příjmu. Z toho se dá usuzovat, že zastoupení respondentů v dotazníkovém šetření bylo v jednotlivých kategoriích poměrně vyrovnané, a tudíž by neměly být výsledky ankety zkreslené.

Anketa ukázala, že lidé utrácují zcela různé částky za potraviny. Kategorie okrajové, tedy útrata do 1 500 Kč a útrata 6 000 Kč a více, čítaly nejmenší procentuální zastoupení, a to 13 % a 11 %. Zbylé kategorie získaly celkem rovnoměrné zastoupení od 23 % do 29 %. Z toho plyne, že výrazně nevyčnívá žádná kategorie.

Z průzkumu vyplynulo, že 53 % respondentů znalo pojem fair trade. I přesto, že více jak polovina dotazovaných věděla, že tento výraz znamená spravedlivý obchod a byla si vědoma jejích principů, 63 % respondentů uvedlo, že fair trade výrobky nikdy nekupuje. Na druhou stranu ale 11 % respondentů uvedlo, že fair trade výrobky nakupuje pravidelně, což je vzhledem k velmi nízkému bodovému hodnocení fair tradu u otázky 15 poměrně uspokojivý výsledek. V otázce důležitosti kritérií při nákupu produktů bylo totiž fair tradu průměrně přiděleno pouze 1,79 bodů (na škále 1–5 bodů). Nezájem kupovat fair trade výrobky ukazuje i otázka týkající se ochoty připlatku za výrobky pocházející ze spravedlivého obchodu. 59 % respondentů uvedlo, že je ochotno připlatit si do 10 % ceny, což je velmi malá částka. Druhou nejčastější odpovědí bylo, že by si za fair trade výrobky respondenti připlatili 10–30 %.

Další část dotazníku se zajímala vztahem respondentů k bio produktům. Na otázku, zda si myslí, jestli jsou bio výrobky kvalitnější, odpovědělo 81 % dotazovaných ano. Že bio výrobky nejsou kvalitnější, si myslí zbylých 19 % dotazovaných. I přesto ale uvedlo celých 32 % respondentů, že bio výrobky nikdy nenakupuje. Z toho se dá odvodit

skutečnost, že pro nemalou část populace není kvalita potravin důležitá. Největší zastoupení měla možnost občasného nákupu bio produktů. Stejně jako u fair tradu byla v dotazníku položena otázka, o kolik jsou respondenti ochotní připlatit si za bio výrobky. Jako nejpočetnější kategorie byla opět vyhodnocena možnost do 10 %, kterou zvolilo 40 % dotazovaných. O něco méně lidí zvolilo možnost 10–30 % ceny. Tato možnost byla zvolena 35 % dotazovaných. V otázce, kde byla hodnocena důležitost bio certifikace při výběru produktu, získalo toto kritérium 2,52 bodu (na škále 1–5 bodů), což je o téměř 1 bod více než získalo kritérium fair trade.

Výrazně nejdůležitější je pro respondenty chuť výrobku. Z celkových 5 bodů udělili tomuto kritériu v průměru 4,45 bodů. Překvapivé jsou body udělené kritériu původ. I přesto, že 50 % respondentů uvedlo, že se zajímají o původ potravin, tak při hodnocení důležitosti kritérií při nákupu získalo toto kritérium pouze 2,63 bodů. Jednotlivá kritéria se umístila v následujícím pořadí: chuť, cena, složení, značka, původ, bio kvalita, fair trade.

V souvislosti s bakalářskou prací se dotazník zajímal i o povědomí o německé firmě Rapunzel, která je jedním z největších prodejců bio potravin v Evropě. Výsledky byly poměrně překvapivé a znalost této společnosti byla zastoupena téměř rovnoměrně. Výrobky značky Rapunzel zná 44 % respondentů, 14 % z celkového počtu jejich výrobky i nakupuje. Stanovená hypotéza, že většina dotazovaných výrobky této značky nezná, se potvrdila.

V informačním letáku (viz příloha 2) byl uveden krátký přehled principů fair tradového projektu Hand in hand. Účastníci dotazníkového šetření měli vybrat, která z myšlenek je v rámci projektu nejvíce zaujala a kterou nejvíce podporují. Z faktu, že 26 % dotazovaných označilo odpověď nevím, se dá soudit, že daní respondenti nejsou zastánci projektu a že jej zřejmě nepodporují. Nejčastěji volenou možností (29 %) byla myšlenka spojení bio kvality a férového obchodu, což je v souvislosti s tématem bakalářské práce velmi uspokojivé.

I přesto, že se tyto dva zmiňované fenomény (bio a fair trade) stávají modernější, s jejich myšlenkou nesouzní příliš mnoho lidí. Velkou překážku může pro mnoho lidí znamenat vyšší cena. U bio produktů je situace lepší, a to zřejmě kvůli větší propagaci a větší dostupnosti produktů. Bio potraviny se totiž během posledních několika let staly například nedílnou součástí regálů velkých supermarketů, které mají logicky více zákazníků, jejich sortiment se stále rozšiřuje, a tím pádem se fenomén bio dostává více do povědomí lidí. Navzdory tomu, že fair trade, tedy spravedlivý obchod, zná poměrně

velká část populace, nejsou fair trade výrobky nějak významně vyhledávané. Tento fakt může poukazovat na skutečnost, že si lidé neuvědomují, za jakých podmínek výrobek vznikl. Jistě existují jedinci, kterým nezáleží na procesu a podmínkách výroby a kterou zajímá pouze výsledný produkt. Věřím ale, že kdyby se dokázal fair trade rozšířit do hlubšího povědomí populace a pomocí médií se myšlenka fair trade pravidelně objevovala, pro mnoho lidí by začal být fair trade přinejmenším zajímavý. Spousta lidí má empatické citění a chtějí pomáhat druhým a podpora spravedlivého obchodu je jednou z cest, kterou si člověk může vybrat.

5.2 Výsledky rozhovoru

Podle Ludka Šťastného, který mi poskytl pro účel této bakalářské práce rozhovor, roste český trh s bio produkty meziročně o několik procent. I přes stálý růst ale Česká republika zaostává za zahraničními státy, kde jsou bio potraviny mnohem proslavenější a dostupnější.

Na základě rozhovoru se dá usoudit, že dodavatelů bio surovin je dostatečně velké množství. Některé společnosti aktivně vyhledávají na lokálních bio trzích a jiní dodavatelé společnosti bio nebo s.r.o. sami nabízejí své produkty, ze kterých si firma vybírá.

Jelikož je zpovídána společnost také výrobcem bio potravin, zazněla také otázka, zda je náročné potřebnou bio certifikaci získat. Její získání náročné není, je ale nutné počítat s častými návštěvami příslušných kontrolních organizací.

Podle Ludka Šťastného je známost konceptu fair trade na podobné úrovni jako bio potraviny. Sám na myšlence oceňuje, že přitahuje pozornost spotřebitelů k problémům pěstitelů v rozvojových zemích. Zmiňuje také postavení firmy Rapunzel k myšlence fair trade. Ta spravedlivý obchod podporuje, má ale výhradu ke skutečnosti, že výslovně nepodporuje bio produkci. Proto si firma založila vlastní projekt Hand in hand, jehož fungování si nechává nezávisle auditovat.

Závěr rozhovoru tím pádem navazuje na teoretickou část této bakalářské práce. Zmiňuje projekt Hand in hand a jeho hlavní podstatu, tedy spojení spravedlivého obchodu se zárukou bio kvality. S touto myšlenkou zpovídáný Luděk Šťastný souhlasí a podporuje ji.

6 Závěr

Předmětem bakalářská práce byla témata etika, ekonomika, fair trade a bio produkce.

V teoretických kapitolách je zpracována literární rešerše k výše zmiňovaným pojmům. Větší část textu je věnována termínu fair trade. Práce popisuje jeho historii, principy, způsob značení, fair trade organizace a další. Fair trade zjednodušeně znamená spravedlivý obchod s rozvojovými zeměmi, které dodávají svoje produkty. Principy fair tradu vychází z Úmluvy Mezinárodní organizace práce z roku 1919. Certifikace Fairtrade zaručuje například to, že výrobek byl vyroben za etických podmínek a že při procesu pěstování a zpracování nebyla využita dětská práce. Farmáři v rámci fair tradu dostávají za zboží řádně zapláceno a dostávají se jim tedy lepší životní podmínky. Mezi nejčastější fair trade potraviny patří káva, kakao, čaj a banány.

V následujících kapitolách je uveden i význam ekologického zemědělství. V rámci ekologického zemědělství je zakázáno používat chemikálie a upřednostňují se tradiční osvědčené postupy, ale i nejnovější vědecké poznatky. Narozdíl od intenzivního zemědělství se zde nepodporují monokultury, ale biodiverzita v krajině. Tento způsob zemědělství je časově i finančně náročnější, proto jsou jeho výsledné bio produkty dražší než z konvenčního zemědělství. Produkty musí být náležitě opatřeny logem pro ekologické zemědělství, kódem kontrolní organizace a informacemi o původu použitých surovin. Nákup bio produktů znamená mimo jiné také podporu přirozeného pěstování rostlin, chování zvířat a šetrného přístupu k přírodě.

Součástí teoretické části byly také kapitoly věnované německé společnosti Rapunzel a představení jejího fair tradového projektu s názvem Hand in hand. Firma Rapunzel byla pro záměr této práce vybrána především z toho důvodu, že je jedním z největších prodejců bio potravin v Evropě a je příznivě nakloněna etickému smýšlení a spravedlivému obchodu. Díky tomuto postoji založila firma také Hand in hand projekt (HIH), který je známkou bio kvality spojené s férovým obchodem. Firma tak podporuje mimo jiné i drobné zemědělce z rozvojových zemí. Založila také Fond HIH pro podporu dodavatelů, kam firma věnuje 1 % z tržeb produktů s logem HIH. Peníze se poté darují na vybrané projekty se sociálním nebo ekologickým zaměřením. Mezi produkty s nálepkou HIH patří například čokolády, datle, třtinový cukr, káva, ořechy a další.

Náplní vlastní práce bylo dotazníkové šetření na téma fair trade a bio produkty a rozhovor s majitelem firmy bio nebio s.r.o., která výhradním distributorem výrobků Rapunzel pro Českou republiku.

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit informace o povědomí respondentů o spravedlivém obchodě, bio produkce a celkově jejich vztahu k potravinám. Ankety se zúčastnilo 119 osob, z toho 56 mužů a 63 žen. Průzkum ukázal, že přesně polovinu respondentů zajímá informace o původu potravin. Znalost pojmu fair trade byla vcelku uspokojivá, 53 % dotazovaných uvedlo, že se s tímto pojmem již setkala. S myšlenkou fair trade ale respondenti moc nesouzní, jelikož 63 % odpovědělo, že fair trade nikdy nenakupuje. Ani po získání informací ohledně spravedlivého obchodu z informačního letáku, který byl dotazovaným před vyplňováním poskytnut, zřejmě svůj postoj nezměnili, jelikož důležitost kritéria označení produktu fair trade nálepkou získala na bodové škále 1–5 bodů pouze 1,79 bodů. Na otázku týkající se bio kvality odpověděla výrazná většina dotazovaných (81 %), že si myslí, že produkty nesoucí označení bio jsou kvalitnější. I přesto, že si lidé kvalitu bio výrobku uvědomují, pouze 12 % jich nakupuje bio výrobky pravidelně. Důležitost kritéria bio certifikace produktu si respondenti cení v průměru na 2,32 bodů (na bodové škále 1–5 bodů). Nejvíce respondentů v rámci HIH projektu souzní s myšlenkou spojení férového obchodu s bio kvalitou. Celkem 44 % respondentů uvedlo, že výrobky značky Rapunzel znají. Ne všichni ale jejich výrobky nakupují. Hypotéza, že většina dotazovaných se s výrobky značky Rapunzel nesetkala, se tedy potvrdila, i když výsledné procento bylo nad očekávání poměrně vysoké.

Rozhovor s Luděkem Šťastným, který v souvislosti s vedením své firmy situaci českého trhu s bio produkty sleduje již několik let, potvrdil informace, které jsou uvedeny v teoretické části. Vyjádřil podporu fair trade a především projektu Hand in hand společnosti Rapunzel, se kterou spolupracuje 15 let.

Fénomén fair trade postupně získává na popularitě, jeho příznivců je zatím ale i tak poměrně málo. Větší propagací by se situace mohla zlepšit a změnit úhel pohledu populace na důležitost a náročnost procesu výroby produktů. Kvalitu potravin považuje většina lidí za důležitý ukazatel, jen část ale kvalitu opravdu sleduje. Spotřebitele může odradit od koupě bio produktů cena, která je vyšší než produkty konvenčního zemědělství.

7 Seznam použitých zdrojů

7.1 Knižní zdroje

ANZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika: úvod a principy*. Brno : Centrum pro studium demokracie a kultury, 2004. 254 s. ISBN 978-80-732-5030-0.

JUREČKA, Václav a kol., a. *Mikroekonomie: 3. aktualizované a rozšířené vydání*. Praha : Grade Publishing a.s., 2018. 400 s. ISBN 978-80-271-0146-7.

RANSOM, David. *Fair trade*. Brno : Doplněk, 2011. 138 s. ISBN 978-80-7239-258-2.

Rapunzel Naturkost GmbH. *Sustainability Report 2013-2017*. Legau : autor neznámý, 2018. 97 s.

SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla*. Praha : Nakladatelství 65. pole, 2012. 368 s. ISBN 978-80-87506-10-3.

SEKNIČKA, Pavel a kol., Úvod do hospodářské etiky. Praha : CODEX Bohemia, 1997. 188 s. ISBN 978-80-859-6340-3.

SEKNIČKA, Pavel, PUTNOVÁ, Anna *Etika v podnikání a hodnoty trhu*. Praha : Grade Publishing a.s., 2016. 200 s. ISBN 978-80-247-5545-8.

SOKOL, Jan. *Etika a život: pokus o praktickou filosofii*. Praha : OIKOYMENH, 2010. 240 s. ISBN 978-80-7429-063-3.

ŠMAJS, Josef, BIRKA, Bohuslav, ROLNÝ, Ivo. *Etika, ekonomika, příroda*. Praha : Grade Publishing a.s., 2012. 192 s. ISBN 978-80-247-4293-9.

TROJAN, Jakub S. *Etické vztahy v ekonomice*. Praha : OIKOYMENH, 2012. 215 s. ISBN 978-80-7298-480-0.

7.2 Internetové zdroje

Biopotraviny. eAGRI. [online] [cit. 2021-03-05]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/znacky-kvality-potravin/biopotraviny/>.

Ekologické zemědělství. eAGRI. [online] [cit. 2021-03-05]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>.

HEJKRLÍK, Jiří. Fair trade: Spravedlivý obchod v České republice. *Asociace pro Fairtrade*. [online] 2004. [cit. 2021-03-05].

History of Fair Trade. World Fair Trade Organization. [online] [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>.

Kakao. Fairtrade Česko a Slovensko. [online] [cit. 2021-03-03]. Dostupné z: <https://fairtrade.cz/fairtradove-komodity/kakao/>.

Loga pro ekologické zemědělství. eAGRI. [online] [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>.

Product Summary Rapunzel Brand. Rapunzel. [online] [cit. 2021-03-05]. Dostupné z: <https://www.rapunzel.de/en/products.html>.

Průměrné mzdy - 4. čtvrtletí 2020. Český statistický úřad. [online] [cit. 2021-03-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/prumerne-mzdy-4-ctvrtleti-2020>.

Rapunzel. HAND IN HAND - a fund with lasting effects. [online] [cit. 2021-03-10]. Dostupné z: <https://www.rapunzel.de/en/fund-hand-in-hand.html>.

Rapunzel Naturkost: Organics with Love. Rapunzel. [online] [cit. 2021-03-04]. Dostupné z: <https://www.rapunzel.de/en/about.html>.

Rapunzel's HAND IN HAND fair trade program. Rapunzel. [online] [cit. 2021-03-05].
Dostupné z: <https://www.rapunzel.de/en/hand-in-hand-fair-trade-program.html>.

Tea Farmers and Workers. Fairtrade Foundation. [online] [cit. 2021-03-05]. Dostupné z:
<https://www.fairtrade.org.uk/farmers-and-workers/tea/>.

Úmluvy MOP. Ministerstvo práce a sociálních věcí. [online] [cit. 2021-03-04].
Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/web/cz/umluvy-mop>.

Using The Core Fairtrade Mark. Fairtrade Foundation. [online] [cit. 2021-03-09].
Dostupné z: <https://www.fairtrade.org.uk/what-is-fairtrade/using-the-fairtrade-mark/>.

8 Přílohy

8.1 Příloha 1: Dotazník

DOTAZNÍK

Jmenuji se Kamila Bauerová a studuji závěrečný ročník Provozně-ekonomické fakulty České zemědělské univerzity v Praze. V rámci mé bakalářské práce s názvem „Etika a ekonomika. Rapunzel a fair tradový projekt Hand in hand“ jsem vytvořila dotazník na toto téma. U zaškrťovacích otázek vždy prosím vyberte jen jednu možnost. Společně s dotazníkem přikládám i krátký informační leták, který vám nastíní danou problematiku. Dotazník je anonymní.

Děkuji za spolupráci.

1. Pohlaví:
 - Žena
 - Muž

2. Věk:
 - Do 18 let
 - 19 – 29 let
 - 30 – 39 let
 - 40 – 49 let
 - 50 let a více

3. Nejvyšší dosažené vzdělání:
 - Základní
 - Středoškolské bez maturity
 - Středoškolské s maturitou
 - Vysokoškolské

4. Jaký je váš čistý měsíční příjem?
 - Do 10 000 Kč
 - 10 000 Kč – 14 999 Kč
 - 15 000 Kč – 19 999 Kč
 - 20 000 Kč – 24 999 Kč
 - 25 000 Kč – 29 999 Kč
 - 30 000 Kč a více

5. Kolik odhadem měsíčně zaplatíte za potraviny pro svoji potřebu?
 - Do 1 500 Kč
 - 1 500 Kč – 2 999 Kč
 - 3 000 Kč – 4 499 Kč
 - 4 500 Kč – 5 999 Kč
 - 6 000 Kč a více

6. Zajímáte se o původ potravin/produktů?
 - Ano
 - Ne

7. Věděli jste, co znamená pojem fair trade?
 - Ano
 - Ne

8. Jak často nakupujete výrobky s označením fair trade?
- Nikdy
 - Občas
 - Pravidelně
9. Myslíte si, že je dostupnost fair trade výrobků dostatečná?
- Ano
 - Ne
10. O kolik procent jste ochotni připlatit za fair trade výrobky?
- Do 10 %
 - 10 – 30 %
 - 30 – 50 %
 - 50 % a více
11. Myslíte si, že bio výrobky jsou kvalitnější než výrobky z konvenční produkce?
- Ano
 - Ne
12. Jak často nakupujete výrobky s bio certifikací?
- Nikdy
 - Občas
 - Pravidelně
13. Myslíte si, že je dostupnost bio výrobků dostatečná?
- Ano
 - Ne
14. O kolik procent jste ochotni připlatit za bio výrobky?
- Do 10 %
 - 10 – 30 %
 - 30 – 50 %
 - 50 % a více
15. Udělte body důležitosti jednotlivým kritériím při nákupu produktu?
(1 – nevýznamné, 5 – velmi důležité)
- Cena: _____
- Značka: _____
- Chuť: _____
- Původ: _____
- Složení: _____
- Bio kvalita: _____
- Fair trade: _____
16. Setkali jste se s výrobky od značky Rapunzel?
- Ano, kupuji je
 - Ano, ale nekupuji je
 - Ne
17. Co nejvíce podporujete v rámci myšlenky projektu Hand in hand?
- Spojení bio kvality a férového obchodu
 - Etický obchod
 - Zásada ochrany přírody a uctívání místních tradic
 - Finanční podpora rozvojových zemí v rámci fondu Hand in hand
 - Nevím
 - Jiné: _____

8.2 Příloha 2: Informační leták

Fair trade můžeme z angličtiny přeložit jako férový obchod. Jedná se o certifikaci, která garantuje férovost jednání mezi obchodníky a zemědělci z rozvojových zemí. Z toho důvodu bývají fairtradové výrobky dražší. Mezi základní principy patří především zákaz dětské práce, férová výkupní cena od dodavatelů, kontrolované využívání chemických prostředků, udržitelnost rozvoje místní komunity.

Bio certifikace označuje produkty ekologického zemědělství. Při pěstování se nepoužívají umělá hnojiva, pesticidy, chemické postřiky ani geneticky modifikované potraviny. U živočišné výroby se musí dodržovat přísné podmínky pro dobrý život zvířat, které jsou krmeny kvalitní potravou. Kritérií je mnohem více, obecně ale u bio kvality hraje roli soulad s přírodou.

Rapunzel je německý výrobce biopotravin. Jeho projekt Hand in hand (HIH) spojuje dva výše zmíněné fenomény moderní doby (fair trade a bio kvalita). Logo HIH nese více jak 150 produktů značky Rapunzel. Jedná se o výrobky především z férově nakoupených kakaových bobů, kávy nebo třeba třtinového cukru. HIH produkty garantují etické obchodování. Rapunzel velmi souzní s rozvojovými zeměmi a zakládá si na osobním přístupu s dodavateli. Garantuje ochranu místní přírody a uctívá tradice zemí. Rapunzel vytvořil také fond HIH, kam posílá 1 % z výtěžku za HIH produkty. Peníze z fondu se využívají na projekty se sociální nebo ekologickou myšlenkou.



8.3 Příloha 3: Rozhovor

Jste majitelem jedné z nejvýznamnějších firem s bio potravinami v České republice. Jak vnímáte trh bio potravin v České republice, případně máte srovnání se zahraničním trhem?

„Český bio trh roste několika procentním tempem posledních 10 let. Ale protože jsme vycházeli z nízkého základu, jsme stále velmi vzdáleni vyspělým zemím, kde jsou bio potraviny běžnou součástí nákupních košíků. V ČR chybí menší prodejny bio potravin a menší řetězce prodejen, které se specializují na bio potraviny. Většina prodejn zde probíhá ve velkých nadnárodních řetězcích, do kterých se menší výrobci bio potravin těžko dostávají. Předpokládám, že částečně také kvůli zahraničním vlastníkům těchto řetězců, kteří upřednostňují bio výrobce z mateřských zemí a také se nechtějí „trápit“ s malými lokálními výrobci.“

Na trhu působíte už řadu let. Mění se v průběhu let potřeby zákazníků?

„Přibývají zákazníci, kteří si uvědomují hodnotu bio potravin. To, že volbou potravin neovlivňují pouze své tělo, ale také péčí o zemědělskou půdu a biodiverzitu.“

Nabídka bio surovin / bio produktů není tak pestrá jako u konvenčních produktů. Jak hledáte dodavatele bio surovin?

„Dodavatele aktivně vyhledáváme na menších lokálních trzích v ČR nebo nás již sami oslovují se zájmem o prodej jejich bio produktů po celé ČR. Zahraničních dodavatelů máme dostatek a jen výjimečně sháníme dodavatele něčeho speciálního, jako jsou například bio zmrzliny.“

Naši hlavní zahraniční dodavatelé, např. jedna z prvních bio firem na trhu Rapunzel, každým rokem rozšiřují svůj sortiment o desítky až stovky bio potravin a bio nebio s.r.o. většinu těchto novinek zařazuje automaticky do sortimentu. O jejich dalším osudu ale nakonec vždy rozhodnou spotřebitelé a jejich zájem je kupovat.“

Vnímáte mezi zákazníky trend, že „bio je moderní“ a že přichází noví zákazníci?

„Noví zákazníci přibývají, ale zároveň přibývá konkurence, takže nejsem schopen říci, co stojí za postupným růstem tržeb firmy.“

Velkou řadu produktů prodáváte pod svou značkou. Je náročné získat bio certifikaci?

„Bio certifikace není náročná, pokud máte v úmyslu věnovat se pouze bio potravinám. Spíše jsou časově náročnější pravidelné nebo namátkové kontroly certifikačních firem, v našem případě KEZu. (Kontrola ekologického zemědělství). To ale na druhé straně zaručuje zákazníkům, že bio potraviny, které si dávají do nákupního košíku, jsou opravdu vypěstovány či vyrobeny podle pravidel ekologického zemědělství.“

Setkáváte se u svých zákazníků s nedůvěrou v certifikaci a ptají se, jestli „bio je opravdu bio“?

„U našich zákazníků – to jsou hlavně kamenné prodejny biopotravin nebo zdravé výživy – se s tímto nesetkáváme, protože vědí, co značka BIO obnáší a vědí o hodnotě ukryté v biopotravinách. Starší generace ale myslím nevidí důvod kupovat biopotraviny, když jsou přece dražší než podobné konvenční potraviny v regále.“

Od roku 2004 je vaše firma v České republice výhradním distributorem výrobků společnosti Rapunzel. Máte s firmou nějaké bližší vztahy, případně angažuje se společnost bio nebo nějakým způsobem v projektu Hand in hand?

„Známe se s vedením společnosti už 15 let, proto se dozvídáme o některých trendech a víme zhruba, kam se Rapunzel plánuje ubírat. Do projektu Hand in hand se zapojujeme tím, že českým zákazníkům tyto produkty nabízíme, přednostně je nakupujeme a propagujeme mezi našimi zákazníky.“

Jaký máte vy osobně vztah s konceptem fair trade?

„Fair trade je OK a přitáhl k problémům pěstitelů v rozvojových zemích pozornost spotřebitelů, kteří by si to jinak neuvědomili. Stejně jako s bio potravinami je ale známost tohoto konceptu v ČR spíše na počátku.“

A právě Rapunzel měl k fair trade výhradu, že nepodporuje apriori bio produkci, ale hlavně spravedlivé odměňování pěstitelů. Proto si také založil vlastní projekt Hand in hand, jehož fungování si nechává nezávisle auditovat. Příspěvek do fondu Hand in hand je několik procent z prodeje bio potravin Rapunzel s tímto logem a každý rok může Rapunzel přispět na rozvoj komunit v rozvojových zemích několika set tisíci eur. Vše je zdokumentováno na stránkách Rapunzela.“