



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Diplomová práce

Fairtradová bavlna na českém trhu

Vypracovala: Bc. Michaela Fučíková
Vedoucí práce: doc. Ing. Hana Doležalová, Ph.D.

České Budějovice 2019

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Michaela FUČÍKOVÁ**
Osobní číslo: **E17577**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Fairtradová bavlna na českém trhu**
Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Bavlna patří mezi nejvíce rozšířené fairtradové komodity. I na českém trhu nachází stále větší zastoupení bavlněné produkty alternativního původu. Bio bavlna si již své místo na trhu našla, mj. díky zájmu oděvních řetězců. Práce bude analyzovat pozici fairtradové bavlny na českém trhu, postoj spotřebitelů i prodejců k fairtradové bavlněné produkci.

Metodický postup:

1. Studium teoretických východisek
2. Zpracování literární rešerše
3. Sběr dat (pozorování, dotazníkové šetření)
4. Vyhodnocení dat
5. Návrhy a formulace závěru

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární přehled. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Závěr. 6. Seznam literatury. 7. Summary. 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Bačová, V. & Hejkrliková, K. (2010). *Základní kurz pro prodejce fair trade*. Praha: Ekumenická akademie.
Baughová, G. (2012). *Encyklopedie textilních materiálů*. Praha: Slovart.
Fairtrade Standard for Fibre Crops for Small Producer Organizations and Traders (2016). Bonn: FairTrade International.
Fairtrade Textile Standard (2016). Bonn: Fair Trade International.
Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade - 8th edition (2016). Bonn: Fair Trade International.
"Cotton" in OECD-FAO Agricultural Outlook 2016-2025 (2016). Paris: OECD Publishing.
Ransom, D. (2011). *Fair Trade*. Brno: Doplněk.


Vedoucí diplomové práce: **Ing. Hana Doležalová, Ph.D.**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **28. února 2018**

Termín odevzdání diplomové práce: **13. dubna 2019**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentův 13 344
370 02 České Budějovice


Ing. Viktor Vojtko, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 1. března 2018

Prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to – v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

12. dubna 2019

.....
Bc. Michaela Fučíková

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé diplomové práce doc. Ing. Haně Doležalové, Ph.D. za vedení, podněty a cenné rady, které mi ochotně poskytovala během zpracování této práce. Děkuji také respondentům, kteří se ochotně zúčastnili dotazníkového šetření a pomohli mi tak k vypracování této závěrečné práce.

OBSAH

1	ÚVOD.....	3
2	LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	5
2.1	Fair trade	5
2.2	Historie fair trade	6
2.3	Organizace Fair trade	7
2.3.1	WFTO (World Fair Trade Organisation).....	7
2.3.2	Fairtrade International (FLO)	9
2.4	Produkce bavlny.....	12
2.4.1	Bavlník.....	12
2.4.2	Pěstování a sklizeň bavlníku.....	13
2.4.3	Zpracování bavlny	14
2.4.4	GMO produkce	15
2.4.5	Ekologická rostlinná produkce	17
2.5	Producenti bavlny ve světě.....	20
2.6	Pěstování a produkce fair trade bavlny	22
2.6.1	Fairtrade Premium	24
2.7	Standardy pro fair trade bavlnu.....	25
2.7.1	Standard pro organizace malých pěstitelů bavlny	25
2.7.2	Fairtrade Textile Standard	25
2.7.3	Fairtrade Cotton Program	26
2.8	Vybraní producenti fairtradové a organické bavlny.....	29
2.9	Bio a fairtradová bavlna v České republice	32
2.9.1	Fairtradové odnosné tašky v obchodních řetězcích	33
3	METODIKA.....	37
3.1	Cíle práce	37
3.2	Metodický postup.....	37

3.3	Hypotézy	38
4	PRAKTICKÁ ČÁST	39
4.1	Výsledky dotazníkového šetření	39
4.1.1	Shrnutí výsledků	58
4.2	Bavlněné výrobky z fairtradové a organické bavlny v obchodních řetězcích .	59
4.2.1	Shrnutí nabídky organické bavlny v obchodních řetězcích	68
4.3	Návrhy a doporučení	69
4.4	Vyhodnocení hypotéz.....	70
5	ZÁVĚR	74
I	SUMMARY A KEYWORDS	76
II	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	77
III	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	82
IV	SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ	83
V	SEZNAM PŘÍLOH.....	86

1 ÚVOD

Historie oblékání se datuje již od pravěku. Jak se lidé tehdy oblékali, dokládají malby na stěnách. Postupem času se používané materiály měnily a rozšiřovaly.

V dnešní době, kdy v nabídce najdeme nejrůznější druhy oblečení a textilu z různých materiálů, často ani nepomyslíme, jak dalekou cestu daný produkt musel podstoupit, než se dostal do regálů našich oblíbených obchodů a už vůbec nás zpravidla nenapadne pozastavit se nad tím, jakým způsobem byl vyroben.

Bavlna je komodita stará tisíce let. Tehdy se o ní hovořilo jako o vlně rostoucí na stromech. Dnes je jedním z nejvyužívanějších textilních materiálů. Než ovšem vznikne bavlněná látka, ze které se triko nebo šaty ušijí, musí bavlna projít celou řadou operací. Celý proces začíná na plantážích, kde se pěstují bavlníky, které se často ošetřují chemickými látkami, aby vyrostly rychleji, aby je nenapadali škůdci, aby kolem nerostl plevel apod. Chemikálie se konec konců používají i v dalších krocích zpracování bavlníků. Tyto všechny škodliviny se přenášejí až do látky, kterou když na sebe spotřebitel oblékne, může pociťovat nepříjemné reakce. Proto se v současné době stává čím dál oblíbenější organická bavlna, která se pěstuje dle pravidel ekologického zemědělství. To například znamená, že bavlníky jsou ušetřeny chemických prostředků, naopak se využívají pouze přírodní hnojiva, je zachována úrodnost půdy díky rotaci plodin a další.

Pěstitelé, kteří bavlníky pěstují, žijí v zemích globálního jihu často na pokraji chudoby. Vzhledem k tomu, že cena bavlny dlouhodobě klesá, nejsou tyto pěstitelé téměř schopni uživit se vlastní prací tak, aby zajistili důstojné životní podmínky pro sebe a své rodiny. Řešením je pro pěstitele alternativní způsob obchodu, a to systém fair trade. Tento systém vznikl na základě myšlenky pomoci těmto pěstitelům tak, aby se uživil. Pěstitelé, kteří se do tohoto systému zapojí, musí plnit určitá pravidla a fair trade jim zaručí minimální výkupní ceny, sociální prémie a v některých případech i předfinancování sklizně.

Výrobky z organické bavlny si již na českém trhu své místo našly a přibývá i spotřebitelů, kteří se zajímají o systém fair trade a preferují tyto výrobky včetně výrobků z fairtradové bavlny. Poptávka po této bavlně postupně stoupá, a to zejména díky zapojení obchodních řetězců s textilním sortimentem, které postupně od „obyčejné“ bavlny upouštějí, a naopak se zaměřují právě na bavlnu organickou.

Cílem této diplomové práce je analyzovat situaci fairtradové a organické bavlny a zjistit, jaké jsou postoje a názory českých spotřebitelů k využívání těchto druhů bavlny. A také, jak hodnotí nahrazení odnosných plastových, většinou jednorázových tašek, taškami látkovými, které do svého sortimentu obchodní řetězce na českém trhu stále více zahrnují. Dalším cílem je analyzovat a zhodnotit nabídku výrobků z fairtradové a organické bavlny u vybraných prodejců, a to nejen v kamenných provozovnách, ale také na jejich webových stránkách a v internetových obchodech

2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

2.1 Fair trade

Fair trade je způsob obchodu, který poskytuje pěstitelům, zaměstnancům a řemeslníkům ze zemí globálního Jihu možnost užít se vlastní prací za důstojných podmínek. Výrobci v rámci systému fair trade dostávají za svou práci výkupní cenu, která odpovídá nákladům na pěstování či výrobu a zároveň zajišťuje důstojné živobytí. Fair trade zaručuje férové obchodní podmínky, dodržování lidských a pracovních práv nebo šetrnost k životnímu prostředí (Fairtrade-Česko, n. d.).

Jiné vysvětlení uvádí, že fair trade se vyznačuje jako spravedlivý obchod, který je založen na dialogu, respektu a spravedlnosti v mezinárodním obchodu. Fair trade usiluje o to, aby producenti a pracovníci v rozvojových zemích měli lepší pracovní podmínky a byla zajištěna jejich základní práva. Organizace, jež fair trade podporují, vytváří nejrůznější kampaně tak, aby se problematika fair trade dostala do povědomí co nejširší veřejnosti (Bio-info, n.d.).

Organizace FINE, jenž sdružuje nejvýznamnější fairtradové organizace přijala tuto definici: „*Fair trade je alternativní přístup ke konvenčnímu mezinárodnímu obchodu, který klade důraz na sociální a ekologický rozměr výroby a obchodu. Je to obchodní partnerství, jehož cílem je udržitelný rozvoj pro znevýhodněné výrobce převážně ze zemí „globálního Jihu“ – Afriky, Latinské Ameriky a jižní a jihovýchodní Asie. Tohoto cíle se snaží docílit především poskytováním férových obchodních podmínek pro zapojené výrobce a informováním spotřebitelů o situaci výrobců a jejich zaměstnanců v rozvojových zemích*“ (Bio-info, n.d.).

Hunt (2012) ve své knize uvádí, že pod pojmem fair trade si lze představit spravedlivý obchod, ve kterém se spravedlivě vyplácí producentům. Spotřebitelé platí něco navíc, aby získali produkt, jež byl etnický vyroben. Spravedlivý obchod je sociální hnutí, které má za cíl zlepšit životní a pracovní standardy. Zemědělci a pěstitelé, kteří se zapojili do spravedlivého obchodu pocházejí z nejchudších oblastí světa. Fair trade jim však může pomoci získat spravedlivou a stabilní cenu, která pokryje náklady na výrobu. V neposlední řadě fair trade pěstitelům pomáhá získat dovednosti a znalosti pro rozvoj svého podnikání.

Fairtradovým výrobkem se rozumí takový, který byl vyroben u certifikovaných výrobců Fairtrade International a od členských organizací World Fair Trade Organisation. Prostřednictvím nákupu fairtradových výrobků mohou spotřebitelé jednoduše podpořit udržitelný ekonomický model (Fairtrade-Česko, n. d.).

V současné době existuje na světě 1 210 organizací a družstev fair trade. V rámci fair trade pracuje 1,5 milionu pěstitelů a zaměstnanců. Lidé ze zemí Afriky, Asie a Latinské Ameriky díky fair trade dostávají šanci uživit se vlastní prací za důstojných podmínek, dostávají spravedlivě zapláceno, pěstují s ohledem na životní prostředí. Pěstitelé, kteří mají certifikaci fair trade, mají jistotu minimální výkupní ceny a sociálního příplatku. Pro každý výrobek je stanovena minimální výkupní cena. Pěstitelé tak mají jistotu, že dostanou spravedlivě zapláceno. Jejich náklady tak nebudou vyšší, než za kolik by produkt prodali. Družstvo, do kterého pěstitelé patří, pak od odběratele dostává Fairtrade Premium. Družstvo jako celek rozhoduje, jak tento finanční příspěvek bude rozdělen, aby z něj měli prospěch všichni pěstitelé. Nejčastěji je to podpora vzdělávání, výstavba silnic či studen, nákup společného automobilu nebo zajištění lékařské péče.

2.2 Historie fair trade

Jako první s myšlenkou spravedlivého obchodu a pomoci rozvojovým zemím přišly dvě organizace v USA. V Evropě se tato myšlenka začala prosazovat v 50. letech, kdy organizace v Nizozemí s názvem SOS, začala s prodejem produktů, jež pocházely z rozvojových zemích. V roce 1964 na konferenci Spojených národů o obchodu a rozvoji vznikla nová koncepce rozvojové pomoci. Vizí se stala myšlenka, že finanční pomoc rozvojovým zemím bude nahrazena „zvýhodňováním zemí Jihu v tržním systému zemí Severu“. Vzniklo také heslo „Trade, not aid“. Průlomovým byl rok 1969, kdy opět v Nizozemí vznikl obchod, který prodával výhradně ručně vyráběné výrobky z rozvojových zemí. To bylo jakési nastartování rozvoje fair trade. Za další dva roky bylo v západní Evropě vybudováno více než 100 obchodů s fairtradovými produkty. V 80. letech přichází sami pěstitelé a chtějí po nizozemské organizaci, aby je podporovala nákupem jejich produktů, na místo toho, aby jim nosila dary. Organizace tak vytvořila certifikaci jejich produktů, a tím vznikl nový rychle se rozvíjející spravedlivý obchod. Nizozemská značka Max Havelaar prodává výrobky, které garantují certifikaci Fairtrade. Prodávané produkty s touto certifikací jsou čaj, cukr, kakao, čokoláda, med a banány. V roce 1989 byla založena mezinárodní organizace IFAT (dnešní WFTO – World Fair Trade Organisation). V současnosti je pojetí fair trade považováno za nedílnou součást

udržitelného rozvoje, jde o jakousi formu mezinárodního obchodu. Ve spravedlivém obchodě je zohledněn ekonomický růst, společenský vývoj a ochrana životního prostředí (Fairtrade-Česko, 2009).

2.3 Organizace Fair trade

2.3.1 WFTO (World Fair Trade Organisation)

Dle WFTO (viz obrázek 1) je fair trade obchodní partnerství založené na dialogu, transparentnosti a úctě. Snahou je vytvořit větší rovnost na mezinárodním trhu. K lepšímu rozvoji přispívá tím, že poskytuje lepší obchodní podmínky a zaručuje práva výrobcům a pracovníkům globálního Jihu. WFTO také uvádí, že fair trade je více než jen obchodováním. Snaží se o větší spravedlnost, chce měnit pravidla a praxi konvenčního obchodu. Fair trade je hmatatelným důkazem boje proti chudobě a změně klimatu (WFTO.com, 2018).

Snahou WFTO je neustále vytvářet a hledat způsoby, jak rozvíjet fair trade pro všechny výrobce. Výrobci vyrábějí rozmanité produkty, a tak je zapotřebí vytvářet systém spravedlivého obchodu pro všechny. Díky tomuto systému pak znevýhodnění výrobci mohou profitovat. WFTO vydala 10 principů, kterými se řídí členské organizace. Těchto deset principů je opřeno o měřitelné faktory a pokud fairtradové organizace tyto principy splní, potom mohou získat logo WFTO pro jejich organizace. Výrobek se považuje za fairtradový, pokud všechny zapojené produkčně-distribuční organizace jsou členy WFTO. Na tvorbě standardů se podílí celá řada zainteresovaných subjektů, například producenti, maloobchodníci nebo exportéři a importéři.

Principy fair trade

Příležitosti pro znevýhodněné pěstitele a výrobce – úkolem tohoto principu je pomáhat rodinným firmám nebo družstvům, aby se dostaly z finanční tísně a nejistoty. Organizace vytváří plán, podle něhož pak podporuje znevýhodněné producenty;

Transparentnost a odpovědnost – tento princip zajišťuje, že všichni zainteresovaní dostávají relevantní informace. Snaží se o otevřenou komunikaci ve všech článcích dodavatelského řetězce;

Férové obchodní praktiky – Organizace klade důraz na sociální, ekonomický a enviromentální aspekty znevýhodněných výrobců. Dodavatelé plní smlouvy a dodržují kvalitu výrobků. Naproti tomu odběratelé znají situaci těchto znevýhodněných výrobců,

a proto platí podle předem stanových podmínek a část provádí platbou předem. Dodavatelé pak platby předem předávají výrobcům, kteří fairtradové výrobky vyrábějí. V případě, že je objednávka ze strany odběratele zrušena, výrobci získávají kompenzaci, aby jejich již odvedená práce byla zaplacená. Organizace se snaží o důvěryhodné a solidární vztahy. Organizace též usiluje o to, aby se rozvíjel fair trade, zvyšovala se hodnota nabízených produktů, a tím se zvyšoval příjem výrobců;

Férová cena – Férová cena je taková, která zajišťuje spravedlivou odměnu výrobcům a je udržitelná z hlediska trhu. Cena stanovená systémem fair trade je považována za cenu minimální. Je to taková odměna, kterou výrobci považují za spravedlivou a je zde zohledněn princip rovného odměňování za práci mužů i žen;

Dětská a nucená práce – Organizace zakazuje u svých členů a zaměstnanců nucenou práci. Organizace je zodpovědná za to, že všechny výrobky, které odebrá nebyly vyrobeny dětmi, ani zde nedošlo k nucené práci. Je tedy dodržována Úmluva OSN o právech dítěte. Pokud jsou děti do práce zapojovány, žádným způsobem to nesmí ohrozit jejich zdraví, bezpečnost nebo vzdělávání;

Žádná diskriminace, rovnost příležitostí, podpora žen a svoboda – Organizace klade důraz na rovnost pohlaví, ženy mají možnost stát se plnoprávními členkami organizace, ženy mají právo na stejné mzdy jako muži a další;

Dobré pracovní podmínky – Organizace zná bezpečnostní a zdravotní podmínky výrobců, od kterých produkty odebrá. Snaží se také o jejich zlepšení;

Budování kapacit – Organizace se snaží rozvíjet malé znevýhodněné výrobce. Chce podporovat jejich dovednosti. Snaží se zajistit jejich lepší situaci tím, že nakupuje jejich výrobky;

Propagace fair trade – Hlavním cílem organizace je zvyšování povědomí o spravedlivém obchodě. Svým zákazníkům se tedy snaží poskytnout co nejvíce informací o fairtradových produktech. V roce 2016 byl vytvořen katalog TASTE na základě poptávky obchodníků, kterým chyběl materiál pro seznámení se s fairtradovými produkty. Účelem tohoto katalogu je také obchodníky inspirovat k rozšíření jejich sortimentu o výrobky se značkou FAIRTRADE®;

Životní prostředí – při pěstování produktů se používají takové výrobní postupy, které snižují spotřebu energie a využívají se obnovitelné zdroje tam, kde je to možné. Fair trade

se snaží co nejvíce zabránit dopadu na životní prostředí, používá tedy ekologické metody a minimum pesticidů.

V rámci WFTO je zahrnuto více než 300 členských organizací působících v 70 zemích světa. Členy jsou jednotlivci, malí producenti, ale i velké společnosti (Fairtrade Česko a Slovensko, 2018).

Obrázek 1 Logo WFTO (World Fair Trade Organisation)



Zdroj: www.wfto.com

WFTO také vydala Kodex WFTO, který udává pravidla členům této organizace. Členové se sdružují, aby vytvořili alternativní a spravedlivější způsob podnikání. Tito členové se pak řídí těmito postupy

- Závazek ke spravedlivému obchodu
- Transparentnost
- Etika
- Pracovní podmínky
- Boj proti diskriminaci
- Zlepšování kvality života
- Ochrana životního prostředí
- Respekt ke kultuře producentů
- Vzdělání (WFTO, 2018)

2.3.2 Fairtrade International (FLO)¹

Fairtrade International byla založena v roce 1997 v německém Bonnu a sjednotila mezinárodní fairtradové organizace. V roce 2002 uvedla mezinárodní certifikační značku

¹ FLO – Fairtrade International bývá někdy označován pod zkratkou FLO, tedy Fairtrade Labelling Organisations

FAIRTRADE®. Cílem značky bylo zviditelnění fairtradových produktů, usnadnění mezinárodního obchodu pro výrobce i vývozce.

Známka FAIRTRADE® označuje takové výrobky, které byly vyrobeny podle standardů fair trade. Aby výrobky mohly být označeny touto známkou, musí certifikačním systémem projít všechny články dodavatelského řetězce, tedy od producentů až po konečné balení výrobků. Tento proces spotřebitelům zajišťuje, že výrobek splňuje všechny certifikační požadavky certifikace Fairtrade. O certifikaci výrobků se stará společnost FLOCERT. FLOCERT byla založena jako dceřiná společnost Fairtrade International, aby zajišťovala kvalitu a důvěryhodnost certifikačního systému fair trade. Společnost také zajišťuje, aby certifikací prošly všechny složky dodavatelského řetězce. Mimo jiné spolupracuje s ostatními organizacemi, které se snaží o udržitelný rozvoj a spravedlnost v celosvětovém obchodě (Flocert, n.d.) (Fairtrade – Česko, n.d.).

Výrobky nesoucí ochrannou známku FAIRTRADE® (viz obrázek 2) byly vyrobeny podle mezinárodních standardů, které vydává Fairtrade International. Cílem standardů je bojovat s chudobou a zlepšovat postavení zemědělců, pěstitelů a výrobců. Standardy se věnují třem základním oblastem, a to sociální, ekologické a ekonomické. Existují však i standardy pro drobné pěstitele, standardy pro jednotlivé komodity, standardy pro obchodníky či textilní standardy (Fairtrade-Česko, n. d.).

Obrázek 2 Klasická známka FAIRTRADE®



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

Kromě klasické známky FAIRTRADE® existují i zvláštní známky pro jednotlivé suroviny produktu. Známkou FAIRTRADE® pro suroviny značí, že konkrétní přísada, jejíž známka se na obalu výrobku objevuje, je obchodována v systému fair trade. V případě surovin u bavlny to znamená, že dohodnutá část bavlny pochází z fairtradových zdrojů. Lze tedy říci, že rozdíl mezi klasickou známkou a známkou pro suroviny je v tom, že u klasické známky musí být fairtradové všechny složky produktu, naopak u známky pro suroviny, musí být známkou s certifikací fair trade označena konkrétní surovina: bavlna,

kakao, růže a další (viz obrázky 3,4,5). Více o známce pro fair trade bavlnu pojednává kapitola Fairtrade Textile Standard (Fairtrade-Česko, n.d.).

Obrázek 3 Znamka pro kakao



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

Obrázek 4 Znamka pro růže



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

Obrázek 5 Znamka pro bavlnu



Zdroj: www.fairtrade-cesko.cz

FLOCERT odpovídá za certifikaci všech výrobků a většiny obchodníků. Společnost dohlíží na požadavky certifikace Fairtrade a je akreditována dle normy ISO 17065, která se zabývá kvalitou výrobků. Auditori pracují v konkrétních regionech a jsou velmi dobře seznámeni s místními zvyky, jazykem a právními předpisy. Každoročně jsou také auditori přezkušováni podle požadavků certifikace Fairtrade. Auditori musí být nestranní, pravidelně se v regionech střídají a předkládají pravidelné auditorské zprávy. Podle velikosti jednotlivých producentů se také liší čas a náročnost na audit. FLOCERT provádí fyzický audit a také vyhodnocuje, schvaluje a zjišťuje nedostatky během auditu. Až po nápravě veškerých neshod je společností FLOCERT schválena certifikace. V tomto okamžiku začíná tříletý certifikační cyklus. FLOCERT provádí ověřovací audity, sleduje běžné činnosti producentů, ale také částky, které producenti přijímají včetně příspěvku Fairtrade Premium. V průběhu těchto tří let může FLOCERT provádět i neohlášené audity, pokud zaznamená vyšší riziko neshod. Po třech letech se provádí „obnovující“ audit, po jehož úspěšném absolvování se prodlužuje certifikace a začíná nový tříletý cyklus (Fairtrade International, 2019).

2.4 Produkce bavlny

Bavlna se pěstuje v 65 zemích světa, v teplých oblastech s dostatkem dešťů. Největší množství pěstitelů lze najít v Indii, Číně, Spojených státech amerických, západní Africe a Brazílii. Bavlníky ve světě zaobírají až 2,4 % obdělávané půdy a při jejich pěstování se využívá nejvíce pesticidů ze všech zemědělských komodit včetně velkého množství umělých hnojiv. Indii a Čínu lze považovat za hlavní producenty bavlny, žije zde až 16 milionů pěstitelů. Vzhledem k tomu, že nemají žádné zemědělské stroje ani zavlažovací systémy, musí spoléhat na období dešťů a k orbě využívat vlastní býky, které chovají (Na Zemi, 2016).

2.4.1 Bavlník

Bavlník patří do říše rostlin, podříše cévnaté rostliny a řádu slezotvaré. Bavlníky jsou vzpřímené keře a patří mezi víceleté rostliny. Listy mohou být jednoduché až dlanitě laločnaté. Plodem bavlníku je tobolka s vlnatými semeny. Květy jsou veliké a nápadité se smetanovou, žlutou až růžovou barvou. Existuje přibližně 50 druhů bavlníků, kdy nejvíce druhů roste v Mexiku a Africe. Nejvíce se na světové produkci podílí bavlník chlupatý (Wikipedia.org, 2018).

Bavlník chlupatý (*Gossypium hirsutum*) dorůstá do výšky až 180 cm. Listy bavlníku chlupatého mají 3 až 5 laloků. Květy jsou zpočátku krémové potom se zbarvují do růžové až purpurové barvy. V tobolce se nachází semeno s jednobuněčnými vlákny, která mohou být až 60 mm dlouhá (viz obrázek 6, 7) (Garten, n. d.).

Obrázek 6 *Bavlník chlupatý*



Zdroj: wikipedia.org

Obrázek 7 *Bavlník po odkvětu*



Zdroj: www.garten.cz

Bavlník barbadoský (*Gossypium barbadense*) dorůstá do výšky až 4 metry. Květy mají nažloutlou barvu, po odkvětu jsou růžové až červené. Tobolka má velikost vlašského ořechu, v níž je až osm semen, které pukají a vylézají ven chomáčky vláken. Tento druh

bavlníku je velmi náročný na slunce a vlhko. Z tohoto druhu se pak vyrábí ta nejkvalitnější bavlna (viz obrázek 8) (Abeceda zahrady, 2019).

Obrázek 8 Bavlník barbadoský



Zdroj: www.botany.cz

2.4.2 Pěstování a sklizeň bavlníku

Na jaře se vyčleňuje plocha pro výsadbu, která se zorá a rozdělí do řad. Semena se sázejí do země v malých shlucích nebo jednotlivě do hloubky 3 cm. První rostlinky se začnou objevovat přibližně týden po výsadbě, ale záleží, jak hluboko byly zasazeny a jaké jsou teplotní a sluneční podmínky. Nutné je pravidelné zavlažování, neboť bavlníky potřebují dostatečnou vláhu. V červnu a v červenci se na rostlině začnou objevovat květní pupeny a následně květy. Květy rozkvétají do žlutých až růžových barev. Poté co květ odkvete, zůstane na bavlníku malá tobolka, která zraje a rozšiřuje se do tzv. zvonu. Tato tobolka zraje až 80 dnů. Vlákna v tobolce se stále rozšiřují a zrají. V této fázi je velmi důležité dostatečné teplo. Poté tobolka pukne a vlákna se derou ven. Vlákno může být dlouhé až 6 cm. Vlákna jsou po puknutí vlhká a v každé tobolce je až sedm vláken. Dalším krokem je defoliace neboli odstraňování listů. Tento proces odděluje listy od vláken. Často jsou listy odstraňovány pomocí chemikálií. Ve většině oblastí, kde se bavlníky pěstují, však nejsou dostupné žádné stroje, a tak se listy oddělují od vláken při sklizni. Vlákna bavlny se musí sklízet za sucha, tedy po ranní a před večerní rosou. Sklizeň se musí i několikrát opakovat, protože ne všechny tobolky puknou ve stejný čas. Ve Spojených státech amerických se ke sklizni vláken používají stroje, kdy jeden dokáže nahradit až 50 sběračů. Stroj dokáže vytáhnout vlákno z rostliny a oddělit od listů. Po získání vláken jsou vlákna oddělována od semen, tento proces se nazývá vyzrňování. Ve vyspělých oblastech se používají tzv. giny, což jsou vyzrňovací stroje, které přes násypku a pilu umožní oddělit vlákna od osiva (viz obrázek 9). Semena se buď použijí k opětovnému sázení, pokud jsou

poškozena, tak se likvidují. Poté je čistá bavlna stlačována do obdélníkových balíků většinou z juty. Tyto jutové balíky se pak posílají do výrobních závodů na výrobu příze (How made, 2019).

2.4.3 Zpracování bavlny

Ve výrobních závodech se bavlna znovu ručně třídí, následně se vlákno spřádá do příze. Na obrovských tkalcovských stavech se tká látka, poté se barví, stříhá, šije, žehlí, a nakonec se balí finální produkt (Na Zemi, 2016).

V závodech pro zpracování bavlny se používá celá řada chemikálií, olejů a vosků. Snad pouze u spřádání tyto chemikálie nejsou používány. Ovšem při tkaní se vlákna potahují polyvinilovým tmelem, který proces usnadňuje a urychluje. Při bělení se dokonce používají peroxid vodíku a toxický chlor. Používání těchto látek je pro lidské zdraví velmi nebezpečné. Po bělení nastává fáze odstraňování tmelu, který byl v předešlých krocích na vlákna aplikován. Tento tmel se odstraňuje pomocí průmyslových pracích prostředků. Další fází zpracování bavlny je barvení, i zde se používají chemické látky. Z této operace zbývá spousta znečištěné vody, která většinou před vypuštěním do přírody není řádně vyčištěna. Poslední, dokončovací práce obnášejí mnohé chemické úpravy, aby látky získaly vlastnosti tak, jak je zákazník očekává. Na látky se aplikuje také změkčovaadlo, aby se látky nemačkaly, nesrážely, netvořily se žmolky, byly dostatečně savé a podobně. Aby tyto vlastnosti látkám vydržely co nejdéle, jsou ve vláknech zafixovány molekuly reagující na zahřátí. To znamená, že v momentě, kdy si zákazník tričko či jiný textil oblékne a zahřeje jej, chemikálie se začnou uvolňovat (AMWA, n. d.).

Obrázek 9 Stroje na třídění bavlněných vláken od semen



Zdroj: www.cotonea.de

Základní druhy textilií

Tkanina – vyrábí se na tkalcovském stavu provazováním a křížením dvou vzájemně na sebe kolmých soustav nití. Osnovní nitě tvoří délku tkaniny, útkové nitě tvoří šířku tkaniny. To, jak se soustavy nití protkávají, ovlivňuje vzhled tkaniny. Existují tři druhy tkanin, a to plátňová, keprová a atlasová vazba (V říši látek, 2016).

Bavlnářské tkaniny jsou vyrobeny z bavlněných nebo chemických vláken bavlnářského typu. Tyto tkaniny jsou příjemné na dotek a velmi dobře sají. Bavlnářské tkaniny se také dělí na několik druhů.

- Dle výrobní technologie mohou být hladké, listové nebo potištěné;
- Dle způsobu vybarvení, které může být v přízi nebo na tkanině;
- Dle účelu použití, například ložní prádlo, košile, šatové nebo technické tkaniny (Škola textilu, n.d.).

Pletenina – vzniká proplétáním jedné nebo více soustav nití. Nitě se pletením formují do kliček a vznikají očka. Najdeme dva druhy pleteniny, a to zátažná pletenina, která vzniká příčnou soustavou nití a pletenina osnovní, která naopak vzniká podélnou soustavou nití (V říši látek, 2016).

Bavlna se nepoužívá pouze na textilie, ale také na polstrování nábytku, v automobilech, na výrobu olejů, laků a další (Fairtrade International, 2018).

Ekologicky certifikovaná bavlna představuje pouze 1 % světové produkce, zatímco geneticky modifikovaná bavlna tvoří více než 80 % bavlny celosvětově vysazené.

2.4.4 GMO produkce

Geneticky modifikovaný organismus je takový, jehož genetická výbava byla pozměněna takovými způsoby, které se v přirozených podmínkách přírody nevyskytují. Geneticky modifikované rostliny jsou takové, u kterých bylo změněno DNA pomocí genových technologií. Tyto rostliny pak vykazují specifické vlastnosti, jako jsou odolnost vůči škůdcům, chladu, suchu, extrémním teplotám, slanosti, odolnosti vůči postřikům, které ničí plevele. Tyto vlastnosti pak pro pěstitele představují výhody v úspoře nákladů a vyššího výnosu (eAGRI, n.d.).

Existují i další výhody pro pěstování GM plodin. Tyto plodiny jsou upravovány tak, aby zvyšovaly výnosy pěstování. V některých případech se může výnos z plodin až zdvojnásobit. GM plodiny mohou být pěstovány v oblastech s malým množstvím srážek,

nebo na polích s nekvalitní půdou. Díky vyšší odolnosti proti škůdcům, nemusí pěstitelé tolik aplikovat pesticidy, herbicidy a jiná chemická hnojiva, což pěstitelům také snižuje náklady. GM plodiny potřebují také méně vody. Například na bavlníkových polích se množství vody na zavlažování v letech 1980–2011 snížilo o 75 %. GM plodiny také chrání životní prostředí, a to tím, že potřebují menší péči, a tak se snižuje množství oxidu uhličitého, který vzniká spalováním paliv zemědělských strojů (Ayres, n. d.).

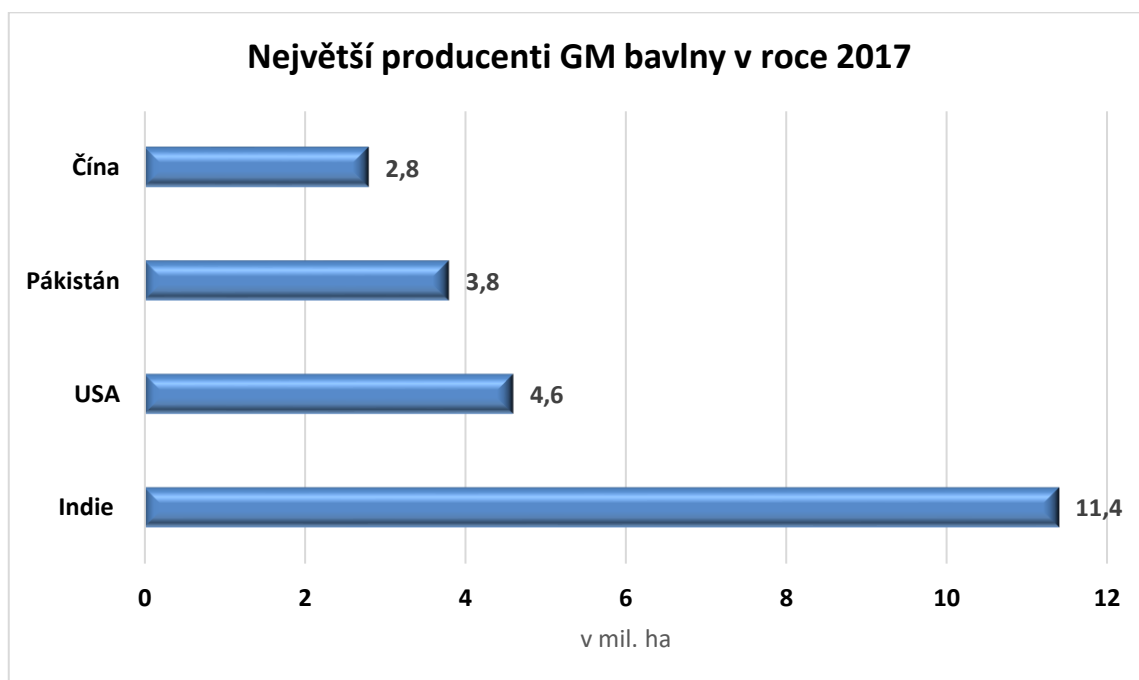
Pěstování geneticky modifikovaných rostlin sebou však přináší riziko při uvolňování do prostředí. Tyto rostliny totiž mohou pronikat do zemědělských a přírodních ekosystémů. Mohou vést ke vzniku nových škůdců a onemocnění. Mohou také mít vliv na biodiverzitu a ničit genetickou čistotu dalších rostlin (SZIF,2018).

Některé GM plodiny mohou být nebezpečné pro určitý hmyz důležitý pro ekosystém. GM plodiny zanechávají v půdě nežádoucí látky, které v ní mohou zůstat i delší dobu. Kořeny některých plodin mohou v půdě zůstat až 5 let. GM plodiny mohou být prostředníci v přenosu genu na plevele, a tím vzniká více plevelů (Ayres, 2015).

Nejvýznamnějšími geneticky modifikovanými plodinami jsou sója, kukuřice a bavlník (eAGRI, n.d.).

Celková plocha vysazené GM bavlny na světě činila v roce 2017 24,1 mil. ha. Což je nárůst o 8 % z 22,3 mil. ha v roce 2016. GM bavlna byla vysazena ve 14 zemích, z nichž k nejvýznamnějším pěstitelům patří Indie, která v roce 2017 vypěstovala 11,4 mil. ha. Druhým největším pěstitelům je USA, které vypěstovaly 4,6 mil. ha. Dalším velkým pěstitelům je Pákistán s 3,8 mil. ha GM bavlny. Čtvrtým nejvýznamnějším pěstitelům je Čína, která vypěstovala 2,8 mil. ha. Ostatní země (Brazílie, Austrálie, Argentina, Mexiko, Paraguay, Kolumbie a další) vypěstovaly méně než 1 mil. ha. Nejvyšší meziroční nárůst byl zaznamenán v USA (24 %) a v Brazílii (19 %) (viz graf 1) (ISAAA, 2017).

Graf 1 Největší producenti GM bavlny v roce 2017



Zdroj: vlastní zpracování dle www.isaaa.org

2.4.5 Ekologická rostlinná produkce

Organizace IFOAM byla založena roku 1972 a je celosvětovou zastřešující organizací ekologického zemědělství. Sdružuje více než 900 členských organizací ve 120 zemích. Cílem této organizace IFOAM je celosvětové přijetí ekologických, sociálních a ekonomických systémů. Organizace je založena na čtyřech zásadách ekologického zemědělství – zdraví, ekologie, spravedlnost a péče. Standard IFOAM se skládá ze tří dokumentů: Společné cíle a požadavky organických norem; Standard pro ekologickou výrobu a zpracování, jejíž součástí je mimo jiné ekologická rostlinná výroba a Požadavky na akreditaci pro subjekty, které chtějí získat certifikaci.

Požadavky na ekologickou rostlinnou produkci stanovuje legislativa. Pro Českou republiku je to zákon č. 242/2000 Sb. Zákon o ekologickém zemědělství a vyhláška Ministerstva zemědělství č. 16/2006 Sb., kterou se provádí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství. Pro Českou republiku platí také evropská legislativa, a to Nařízení Rady (ES) 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a Nařízení Komise (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů.

Nařízení rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů uvádí některá pravidla pro ekologickou rostlinnou produkci

- Pěstitelské způsoby a způsoby obdělávání půdy musí být takové, které zachovávají nebo zvyšují obsah organických látek v půdě, zvyšují stabilitu půdy, biologickou rozmanitost a předcházejí tak erozi půdy;
- Úrodnost a biologická aktivita půdy se zvyšuje víceletým střídáním plodin, včetně luštěnin a jiných plodin využívaných jako zelené hnojivo. Lze používat také chlévskou mrvu či jiné organické materiály kompostované v podmínkách ekologického zemědělství;
- Je zakázáno použití minerálních dusíkatých hnojiv, naopak je možné používat biodynamické přípravky;
- Používané způsoby rostlinné produkce brání znečištění životního prostředí či jej snižuje na minimum;
- Prevence škod způsobených škůdci, chorobami a plevely je založena na ochraně přirozenými nepřáteli, vhodné volbě druhů plodin, střídání plodin a pěstitelských postupech;
- V případě ohrožení plodiny lze použít pouze takové prostředky, které byly schváleny pro použití v ekologické produkci;
- Pro rozmnožování rostlin lze použít pouze ekologicky pěstované osivo a rozmnožovací materiál. Matečná rostlina v případě osiva a rodičovská rostlina v případě vegetativního rozmnožovacího materiálu musí být pěstována za podmínek ekologického zemědělství podobu minimálně jedné generace. U trvalých kultur (chmel) musí být rodičovské rostliny obhospodařovány po dvě generace v podmínkách ekologického zemědělství;

Dvorský, J. & Urban, J. (2014) dodávají další zásady a pravidla pro rostlinnou produkci v ekologickém zemědělství

- Půdní úrodnost a zásobování živinami se zajišťuje víceletými osevními postupy, využíváním meziplodin, podsevů a zeleného hnojení. Jako hnojiva lze využít statková hnojiva a komposty;
- Dobrý zdravotní stav rostlin je zajištěn používáním preventivních a kultivačních metod;
- Jsou zakázány herbicidy, regulace plevelu je povolena osevním postupem, mechanicky či termiky.

Předtím než lze rostlinnou produkci označit za ekologickou rostlinnou produkci musí půda projít přechodným obdobím (konverzí). To znamená, že se na ní po celou dobu musí hospodařit v podmínkách ekologického zemědělství. A to 2 roky před vysetím jednoletých a ozimých plodin, travních porostů a víceletých pícnin a 3 roky u víceletých trvalých kultur.

Ekologické zemědělství má také pozitivní dopady na životní prostředí. A to tím, že chrání vodu, půdu, ovzduší, biodiverzitu a krajinu. Ekologické zemědělství zaručuje kvalitu a oživení půdy bez používání chemických prostředků.

Organická bavlna se pěstuje v 18 zemích světa (viz obrázek 10). V roce 2017 se vypěstovalo 117 525 MT² organické bavlny, což je nárůst oproti předchozímu roku o 10 %. K tomuto nárůstu přispěla zejména Čína, Tanzánie nebo Uganda. 89 % vypěstované organické bavlny pochází z 5 zemí. Největším pěstitelem je Indie, která vypěstovala 51 % celkové produkce organické bavlny. 19 % vypěstovala Čína, 7 % pak vypěstovaly Kyrgyzstán a Turecko a 5 % produkce této bavlny vypěstoval Tajikistán. Organická bavlna byla v roce 2018 vypěstována na 472 999 ha. Celkem na světě najdeme 220 478 farmářů pěstujících organickou bavlnu (Textile Exchange, 2018).

² 1 MT = 1000 kg

Obrázek 10 Světoví producenti organické bavlny v roce 2017

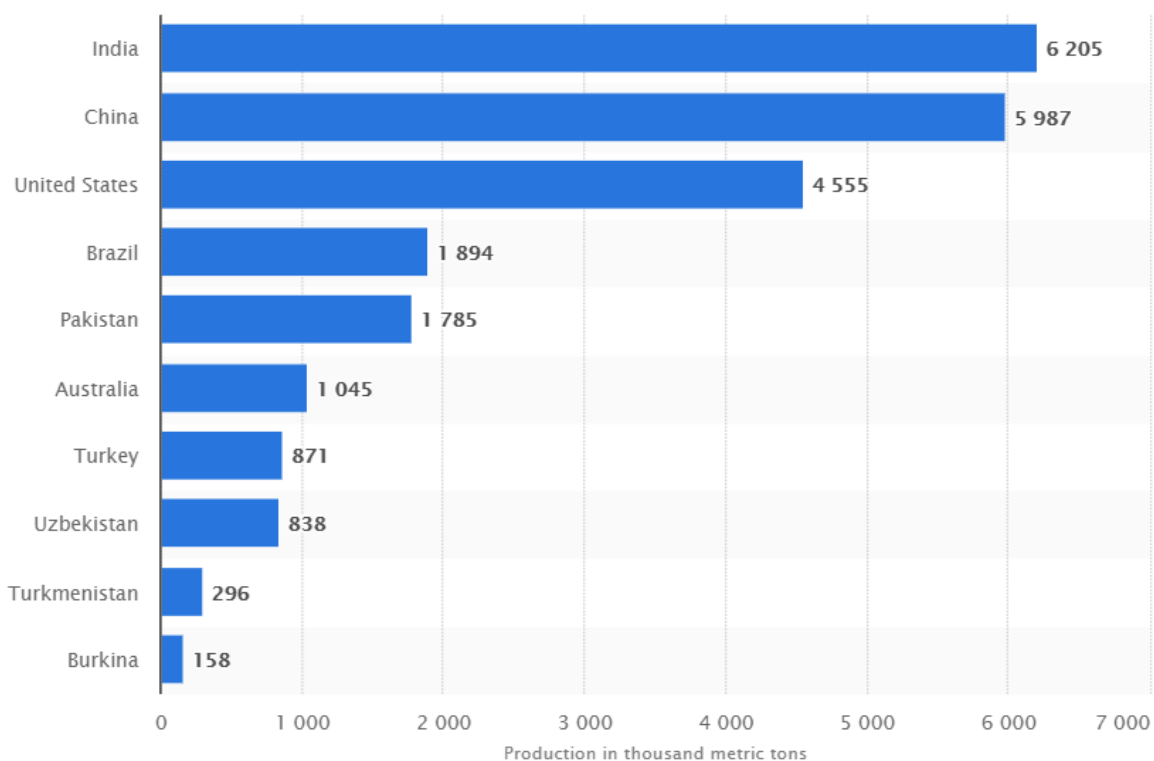


Zdroj: www.aboutorganiccotton.org

2.5 Producenti bavlny ve světě

V současné době se bavlna pěstuje na celkové ploše 33,8 milionu hektaru. Mezi největší producenty bavlny patří Indie, Čína a USA (viz graf 2). V letech 2017–2018 Indie vyprodukovala více než 6,21 milionu MT bavlny. V Indii je nejpříznivější klima pro pěstování hlavně na severu země. Nejvíce produkujícími oblastmi jsou Maharashtra, Gujrat, Rajasthan nebo Punjab. Gujrat tvoří až 25 % produkce bavlny v Indii. Nejdelší historii v pěstování bavlny má Čína, a to přibližně 5 000 let, a tak se stále drží na předních příčkách největších pěstitelů, konkrétně je na druhém místě. V letech 2017–2018 vypěstovala téměř 6 milionů MT bavlny. V zemi se nachází více než 7 000 textilních společností. Nejúrodnějšími regiony jsou Yangtze, Kiang a Hwang-Ho. USA drží třetí příčku co do množství vypěstované bavlny, v letech 2017–2018 vypěstovala 4,5 milionu MT bavlny. Ke sklizni se zde používají moderní stroje. USA exportuje více než 40 % své produkce. Nejpříznivější klima pro pěstování je na Floridě, Texasu a Kalifornii. Tato oblast tvoří tzv. bavlněný pás, který se táhne od severní Floridy až do západní Kalifornie (Business Finance Articles, 2018).

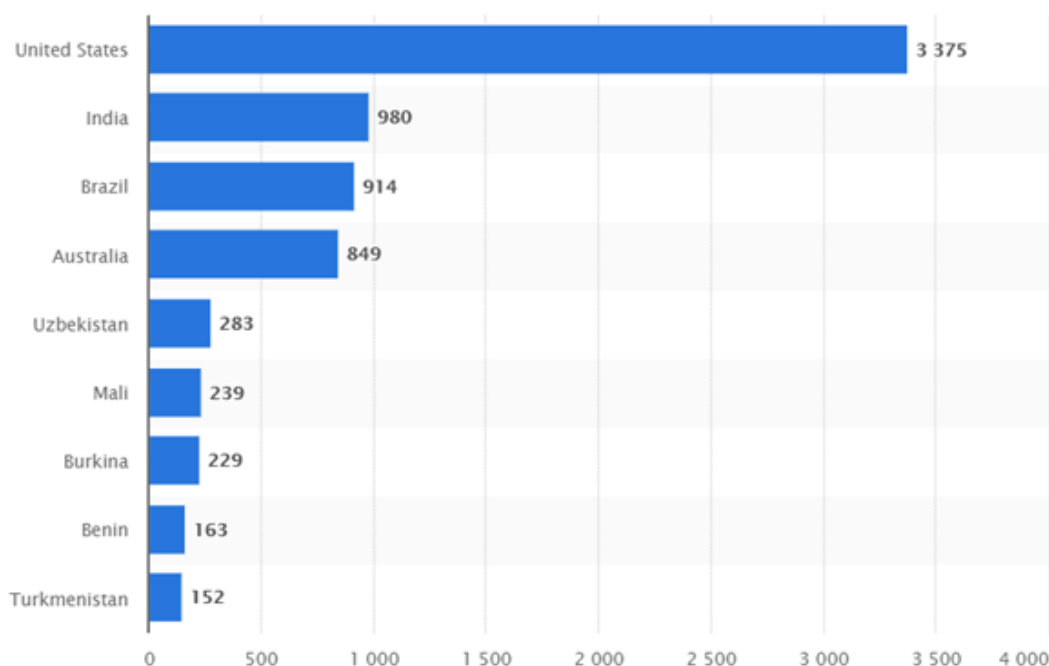
Graf 2 Nejvýznamnější světoví producenti bavlny v letech 2017-2018 (v tis. MT)



Zdroj: www.statista.com

Největším exportérem bavlny v letech 2017-2018 byly Spojené státy americké, které vyvezly 3,38 milionu MT bavlny, což tvoří přibližně 36 % celkové hodnoty vývozu ve světě. Celková vývozní hodnota bavlny v USA byla 4,06 bilionu USD. Druhým největším exportérem je Indie, ta vyvezla téměř 980 tisíc MT bavlny, což představuje 15 % celkového světového vývozu bavlny. Celková hodnota vyvezené bavlny pak činila 1,71 bilionu USD. Bavlna hraje pro indickou ekonomiku důležitou roli, neboť její vývoz významně přispívá k růstu HDP. Třetím největším exportérem je Brazílie, která v letech 2017-2018 vyvezla 914 tisíc MT bavlny v hodnotě 1,26 bilionu USD. Mezi další významné exportéry lze zařadit Austrálii či Uzbekistán (viz graf 3) (World atlas, 2017).

Graf 3 Největší exportéři bavlny v letech 2017–2018 (v tis. MT)



Zdroj: www.statista.com

2.6 Pěstování a produkce fair trade bavlny

Monitorovací zpráva Fairtrade International uvádí, že bavlna je rostoucí komoditou fair trade. V roce 2016 bylo prodáno více než 8 000 MT certifikované bavlny. V současné době existuje 18 organizací producentů pěstujících fairtradovou bavlnu, a to v Senegalu, Ugandě, Indii, Kyrgyzstánu, Burkině Faso a Tajikistánu (viz obrázek 11). 75 % farmářů pěstujících certifikovanou bavlnu žije právě v Indii. Udržitelné bavlny je z celosvětové produkce pěstováno 11 %. Procenta však stále rostou, a to i díky nevládním organizacím, které chtějí, aby se podíl udržitelné bavlny na trhu stále zvyšoval. Zainteresovány jsou i podniky a vlády, které se snaží o co největší transparentnost a sledovatelnost dodavatelského řetězce bavlny. Od roku 2014 je výrobcům umožněno koupit fairtradovou bavlnu a smíchat ji s určitým procentem „obyčejné“ bavlny. Takové produkty jsou potom označovány pod značkou Fairtrade Cotton Program. O tento program je veliký zájem, neboť umožňuje rozšíření využití. Od června 2016 existuje Fairtrade Textile Standard. Tento standard vymezuje náročnou práci a pracovní podmínky v textilních továrnách. Snaží se také o zlepšení a zkvalitnění pracovních a sociálních podmínek, bezpečnosti práce a práv zaměstnanců. Jako první, kteří se k tomuto standardu přihlásily, byly německé značky 3Freunde, Shirts for Life a Melawear (Fairtrade International, 2018).

V roce 2016 bylo 46 000 farmářů pěstujících fairtradovou bavlnu, což je pěti procentní nárůst oproti roku předešlému. Tito farmáři obdělávají téměř 50 000 ha půdy s certifikovanou bavlnou. Také vyprodukovali 50 000 MT osiva, což představuje opět nárůst oproti roku 2015. Příspěvek Fairtrade Premium byl však v roce 2015 vyšší, a to o 9 %, v roce 2016 činil 824 000 EUR (Fairtrade International, 2018).

Hunt (2012) ve své publikaci říká, že od fair trade producentů se očekává, že podporují ekologické zemědělství, minimalizují používání chemických hnojiv, na místo toho používají biologická hnojiva. Fair trade podporuje ekologické zemědělství, ale značka FAIRTRADE® nezaručuje, že jde o ekologické zemědělství. Avšak současné zapojení do ekologického zemědělství je pro zemědělce způsob, jak získat vyšší příjmy pro své rodiny.

Obrázek 11 Oblasti pěstování fairtradové bavlny za rok 2016



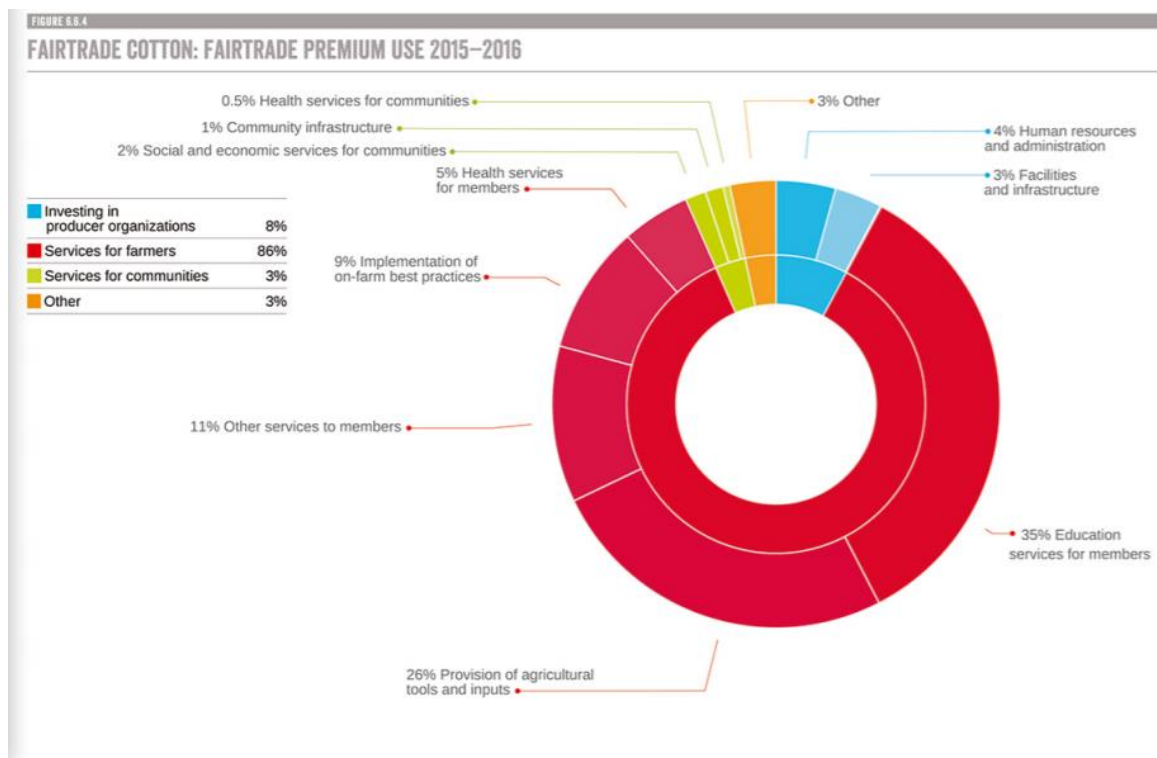
Zdroj: Monitorovací zpráva Fairtrade International

2.6.1 Fairtrade Premium

System fair trade pěstitelům poskytuje důležitou podporu, protože cena bavlny klesá. (Vývoj cen bavlny je uveden v příloze č. 3). Fair trade jim zaručuje minimální výkupní ceny, které pokryjí výrobní náklady a zajistí jim důstojné životní podmínky.

Jak již bylo zmíněno výše, v roce 2016 Fairtrade Premium pro pěstitele bavlny činil 824 000 EUR. Tento příspěvek neboli dodatečné peníze jsou rozdělovány kooperativně a zástupci zemědělců rozhodují, kam budou peníze vynaloženy. Zemědělci přesně ví, kam jsou peníze investovány. Drobní zemědělci mají možnost předfinancování sklizně. To je pro ně velmi důležité, aby mohli zajistit růst bavlníků a také zajistit své rodiny předtím, než dostanou zapláceno za sklizeň. Na následujícím obrázku je naznačena struktura rozdělení Fairtrade Premium (viz obrázek 12). 86 % z celkového Fairtrade Premium pro fairtradovou bavlnu putuje do Indie. Největší podíl 35 % z Fairtrade Premium je investován do vzdělávání svých členů. 26 % je pak vloženo do zemědělských strojů, nástrojů a dalších vstupů usnadňujících pěstování bavlny. Třetí největší podíl 11 % je dán na ostatní služby pro své členy. Dalšími částmi, kam je přispíváno, je provádění osvědčených postupů na farmách, lékařská péče, lidské zdroje a administrativa, vybavení a infrastruktura (Fairtrade International, 2018).

Obrázek 12 Sociální prémie pro pěstitele bavlny v letech 2015–2016



Zdroj: Monitorovací zpráva Fairtrade International

PŘÍKLAD ROZDĚLENÍ FAIRTRADE PREMIUM V INDICKÉM DRUŽSTVU VASUDHA JAIVIK KRISHAK KALYAN SAMITI

Jedním takovým družstvem, který se zabývá geneticky nemodifikovanou bavlnou je Vasudha Jaivik Krishak Kalyan Samiti. Pod toto družstvo spadá 47 vesnic s více než 1 500 členy. Základními plodinami jsou hrášek, pšenice, kukuřice, sója a od roku 2016 také bavlna. Z příspěvku Fairtrade Premium investuje družstvo především do budování škol, vzdělávání a zavlažovacího systému. V roce 2016 získala Fairtrade Foundation finanční prostředky pro program geneticky nemodifikovaných bavlníkových semen. Tento program probíhá v družstvu pod dohledem kvalifikovaného agronoma, který se zabývá školením 19 zemědělců. Díky spojení družstva Vasudha a Pratibha Syntex (jeden z největších světových producentů textilu, který se zaměřuje na udržitelnost) a díky Fairtrade Premium, může družstvo dále investovat do pěstování geneticky nemodifikované bavlny. V současné době už družstvo spolupracuje s několika technickými odborníky, účastní se pravidelných školení na téma zlepšování kvality a produktivity. 80 % pěstitelů z družstva již využívá zavlažovací systém. Z Fairtrade Premium byla část použita také na projekty rozvíjející dovednosti žen, a to v oblasti šití a krejčovství. Místní školu navštěvuje 450 studentů. Rodiny platí nominální školné, což znamená, že část školného je hrazena z Fairtrade Premium. Družstvo také pořídilo školní autobus, který je schopen zajistit svoz dětí do školy až z 80 vesnic (Fairtrade International, 2018).

2.7 Standardy pro fair trade bavlnu

2.7.1 Standard pro organizace malých pěstitelů bavlny

Tento standard je rozdělen do čtyř částí: obecné požadavky, obchod, výroba a obchod a rozvoj. Bližší specifikace standardu je obsažena v příloze č. 1.

2.7.2 Fairtrade Textile Standard

Tento standard uvádí kritéria pro všechny fáze výroby a pro celý dodavatelský řetězec. Podnětem pro vytvoření tohoto nového standardu bylo zřízení textilní továrny v Bangladéši, když přišla vlna požadavků na větší ochranu a vyšší mzdu ze strany pracovníků. Tento standard má mimo jiné zajistit lepší pracovní podmínky, mzdy a práva pracujících v celém dodavatelském řetězci. Standard také požaduje, aby během šesti let byly pracovníkům vypláceny tzv. důstojné mzdy. Majitelé značek zodpovídají za správné nákupní podmínky. Dalším krokem standardu je také vyšší vyjednávací síla pro

pracovníky tak, aby mohly snáze vyjednávat o pracovních podmínkách. Tento program vznikl v roce 2016 a má pomoci lidem ve všech fázích textilní výroby, tzv. od zasetí osiva až po hotové textilní výrobky.

Cílem tohoto standardu je podpora udržitelného rozvoje, omezování chudoby a spravedlivý obchod. Účelem standardu je stanovit požadavky účasti v systému fair trade pro pracovníky v celém dodavatelském řetězci textilií, jako je slušné bydlení, boj proti chudobě, zvýšení postavení pracovníků, větší kontrola nad jejich životy. Požadavky také zahrnují povinnost zaměstnavatelů platit mzdu, právo vstoupit do odborových organizací, dodržování zásad bezpečnosti a ochranu životního prostředí. Standard je rozdělen do pěti částí a to, obecné požadavky a závazky fair trade, zodpovědnost pro společnost, pracovní podmínky, životní prostředí a obchod. Bližší specifikace standardu je obsažena v příloze č. 2.

Fair trade nabízí dva modely značek pro bavlnu s rozdílnou úrovní sledovatelnosti. Na obrázku č. 13 lze vidět značku, která se dává na výrobky, pokud jsou sledovány sociální faktory pracovníků v celém dodavatelském řetězci. Značka, která je blíže popsána v kapitole 2.3.2, se na výrobky dává, pokud výrobek obsahuje dohodnutý objem bavlny (Fairtrade Cotton – Presentation for Vik, n.d.).

Obrázek 13 Značka pro produkci



Zdroj: cdn.shopify.com

2.7.3 Fairtrade Cotton Program

Fairtrade Cotton Program (viz obrázek 14) je součástí Fairtrade Sourcing Program (FSP), do kterého patří i Fairtrade Cocoa Program pro kakao, Fairtrade Sugar Program pro cukr, nově také vznikl program pro růže nebo čerstvé ovoce.

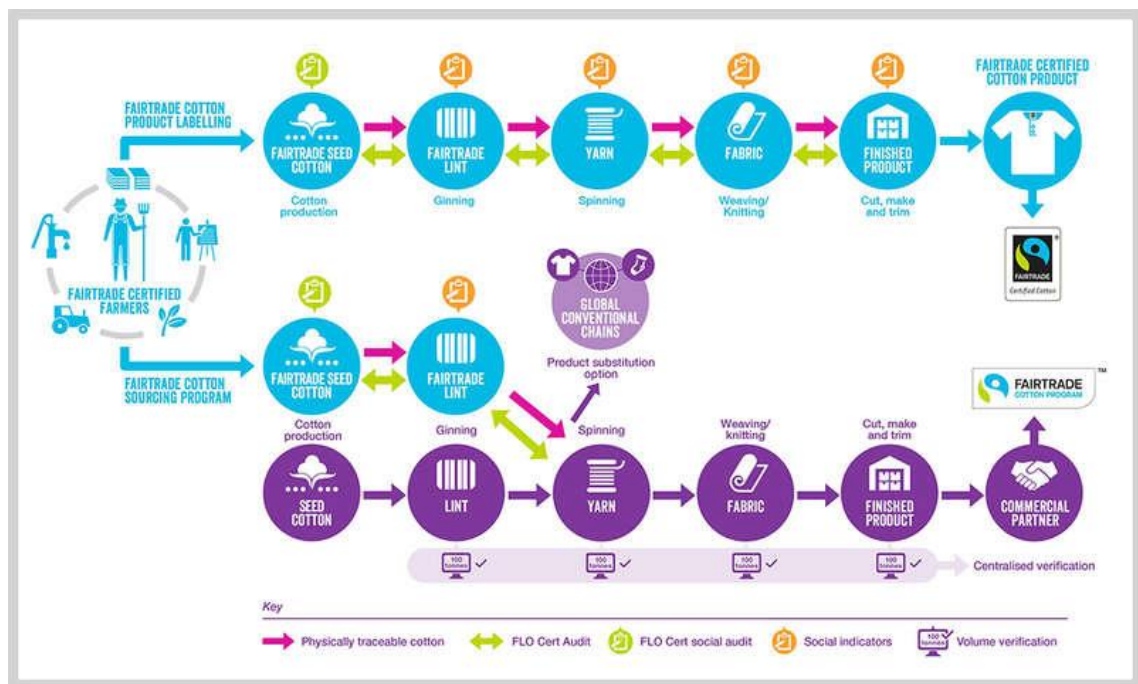
Vznikla také nová značka Fairtrade Sourced Ingredient (FSI), která se používá pro konkrétní surovinu. Rozdíl od klasické značky s černým pozadím, je v tom, že tato značka se dává na produkty, pro jejichž všechny složky existují normy fair trade. Značka FSI

s bílým pozadím se pak umístuje na produkty, ve kterých jsou specifické suroviny získány dle norem fair trade. Tato značka přesně uvádí, o jakou surovinu se jedná. Konkrétní nová loga pro suroviny lze vidět v kapitole 2.3.2. Současná loga zůstávají však stále platná (Fairtrade Canada, 2019).

Díky Fairtrade Sourcing Program se spojují fair trade pěstitelé s organizacemi, které chtějí nakupovat specifické komodity s certifikací Fairtrade. Fairtrade Sourcing Program znamená, že organizace mohou získat specifické komodity pro použití na celou řadu výrobků nebo mohou být součástí celého jejich podnikání. V případě bavlny mohou organizace zvyšovat svůj závazek odebírání fair trade bavlny a používat ji pro všechny jimi vyráběné bavlněné výrobky než pouze pro určitou řadu výrobků (Fairtrade International, 2019).

Bavlna prochází mnoha výrobními operacemi, než se z ní stanou například šaty. Aby tyto šaty mohly získat klasickou značku Fairtrade, musí být v těchto šatech fairtradová bavlna zastoupena ze sta procent. A musí být zajištěna fyzická sledovanost všech výrobních operací až po umístění do regálu, to znamená, že se sledují pracovní podmínky a jiné sociální faktory pracovníků v jednotlivých výrobních operacích. Fairtrade Cotton Program umožňuje, aby se v případě potřeby fairtradová bavlna mohla smíchat s jinými bavlněnými či jinými vlákny, ovšem ve všech výrobních operacích se sleduje dohodnutý objem fairtradové bavlny, fyzická sledovatelnost sociálních faktorů nemusí být zajištěna (viz obrázek 14) (Fairtrade – Deutschland, n. d.).

Obrázek 14 Umístění značek FAIRTRADE® a Fairtrade Cotton Program™



Zdroj: www.fairtrade-deutschland.de

Fairtrade Cotton Program vytváří nové příležitosti pro zemědělce pěstující bavlnu, aby zlepšili svůj život pomocí fair trade. Tato známka umožňuje zpracovatelům, že při nákupu fair trade bavlny mohou známku použít na celou produktovou řadu výrobků. Z tohoto programu mají zemědělci stejné benefity, jaké jim plynou ze zapojení do fair trade. Konečný spotřebitel pak má možnost nakupovat více fairtradových výrobků a více tím podporovat pěstitele bavlny.

Několik světových značek uvedlo, že od roku 2015 budou odebírat dva miliony tun udržitelné bavlny. To pro zemědělce znamená nové závazky, ale hlavně možnost prodávat více bavlny.

Fairtrade Cotton Program spojuje zemědělce, kteří usilují o to, aby fair trade bavlna byla hlavní součástí jejich podnikání. Aby tak fair trade bavlna byla více používána při výrobě oděvů a obuvi. Fairtrade Cotton Program je tedy další příležitostí pro zemědělce, jak zvýšit objem prodeje bavlny. I v tomto programu jsou zemědělcům zaručeny minimální výkupní ceny a Fairtrade Premium. Zvýšení prodejů umožňuje více investovat do podpůrných programů na podporu pěstitelů a jejich farem tak, aby byli co nejšetrnější k životnímu prostředí (Fairtrade International, 2019).

Obrázek 15 Znamka Fairtrade Cotton Program



Zdroj: www.fairtrade.net

Na obrázku č.15 lze vidět značku pro Fairtrade Cotton Program, která může být umístěna na zadní i přední straně balení produktu. Organizace však mohou sdělit skutečnost, že používají tuto známku i prostřednictvím svých webových stránek nebo výročních zpráv. Tato značka se používá ve spojení se speciálním prohlášením fair trade o podpoře drobných zemědělců (Fairtrade International, 2019).

2.8 Vybraní producenti fairtradové a organické bavlny

AGROCEL PURE & FAIR COTTON GROWERS

Sdružení Agrocel Pure & Fair Cotton Growers sídlí v Raparu a sdružuje téměř 2 000 zemědělců pěstující bavlnu v západní Indii. Cílem tohoto sdružení je zlepšit životní podmínky malých indických pěstitelů a podílet se na ekologické produkci a uvádět na trh bavlněné výrobky. Projekt Organic & Fairtrade Cotton pomáhá malým producentům splnit normy pro ekologickou produkci a napomáhá jim k získání certifikace Fairtrade. Díky tomuto projektu se také zlepšují zemědělské techniky, snižují se výrobní náklady a díky marketingové podpoře mají zemědělci větší šanci získat přístup na trhy a zvýšit také své příjmy. V roce 2005 toto sdružení poprvé získalo certifikaci Fairtrade a ve stejném roce získalo i certifikaci pro bavlnu, a tím mohli začít dodávat na britský trh. Celková plocha, kde tito zemědělci hospodaří je více než 6 000 ha, z nichž každý obdělává cca 3 ha půdy. 20 % členů sdružení má certifikaci na organickou bavlnu. V roce 2012 získali 4 000 tun osiva bavlny, z čehož vyprodukovali 1 200 tun bavlny a z toho 526 tun bylo prodáno jako fairtradová bavlna. Příspěvek Fairtrade Premium činil 0,53 EUR /kg pro organickou bavlnu, pro konvenční bavlnu to pak bylo 0,44 EUR /kg.

Z příspěvku Fairtrade Premium se pořizují věci důležité pro celé družstvo například, pomocný fond na úhradu léčebných nákladů pro chudé zemědělce, zajištění čisté tekoucí vody v místní škole, učebnice a oblečení pro děti, programy vzdělávání, solární pouliční lampy a další (Fairtrade Foundation, 2019).

CHETNA ORGANIC

Společnost vznikla v roce 2004 a v současné době podporuje 15 279 zemědělců. Tito zemědělci jsou sdruženi ve 13 družstvech. Cílem společnosti je stejně jako u předchozích producentů zlepšení životních podmínek pěstitelů bavlny. Společnost založila dvě instituce, které jsou vedeny a řízeny samotnými zemědělci. Jde o společnosti Chetna Organic Farmes Association (COFA) a Chetna Organic Agricultural Producers Company Ltd (COAPCL). COFA se zabývá technickým vzděláváním, sociálním zlepšováním a zemědělskou politikou. COAPCL udržuje vnitrostátní a mezinárodní vazby zemědělských produktů malých producentů. 94 % producentů patřící pod Chetna Organic jsou malí zemědělci vlastníci méně než 7 ha půdy. Tito zemědělci žijí v malých vesnicích za velmi špatných podmínek. Změna klimatu je zejména v oblastech Andhra Pradeshy a Vidarbha Maharashtry velmi nepředvídatelná a o to je vypěstování bavlny ještě složitější. Mnoho farmářů svou špatnou životní situaci řeší sebevraždou (viz obrázek 16).

Zemědělci vyprodukují 6 300 tun organické, fairtradové i konvenční bavlny. Organická bavlna tvoří 34 % celkové produkce a je pěstována na 481 ha. Z 15 279 zemědělců má 9 647 certifikace Fairtrade a produkuje přibližně 6 300 tun osiva bavlny. Hodnota ekologického osiva bavlny stále roste, v roce 2010 to bylo 3,5 INR³ (indická rupie) a v roce 2011 9,45 INR. Minimální výkupní cena je 34,45 INR/ kg. Fairtrade Premium je pak 3 INR/ kg. Díky tomu že zemědělci mají možnost podílet se na řízení, mohou také rozhodnout o výrobních a marketingových postupech, o distribuci a přerozdělování Fairtrade Premium (Fairtrade Foundation, 2019).

Obrázek 16 Logo společnosti Chetna Organic Agricultural Producers Company Ltd



Zdroj: www.chetnaorganic.org

MOBIOM

MOBIOM zastřešuje 73 družstev s 6 547 členy v regionu Sakasso, zde pěstují organickou nebo fairtradovou bavlnu. Posláním společnosti je zvyšovat příjmy svých členů, podporovat produkce fairtradové a organické bavlny. Snaží se také minimalizovat výkyvy

³ 100 INR = 31,852 Kč, ke dni 25.2.2019

na trzích s bavlnou a co nejvíce eliminovat zničení sklizně nepříznivými srážkami. Mimo bavlny své členy podporuje v pěstování podzemnice olejné a sezamu, které se prodávají na domácích i zahraničních trzích. Společnost MOBIOM plánuje postavit zpracovatelský závod sezamového oleje a také chce postavit spřádací závod, který by zajistil příjmy hlavně ženám.

V oblasti Mali, kde žije většina členů společnosti MOBIOM, je vysoká míra chudoby, špatná infrastruktura, nedostatek čisté vody a lékařské péče. Průměrná farma obdělává 2,6 ha půdy bavlny, malá farma pak necelý 1 ha. Muži se starají o pěstování bavlny, zatímco ženy pěstují podzemnici olejnou, kukuřici a rýži, které spotřebují nebo prodají. Bavlina se sklízí ručně a sklizená bavlněná vlákna se odnášejí v koších do centrálního skladu. Veškerou bavlnu společnosti MOBIOM koupila společnost CMDT, která se zabývá vyzrňováním. Bavlina tvoří až 50 % příjmů MOBIOM, což významně zmírňuje chudobu a napomáhá pokrýt náklady na zdravotní péči a školné pro děti.

Fairtrade Premium činí ve výši 0,05 EUR/kg. Tento příspěvek je použit na pokrytí provozních nákladů společnosti a na financování komunitních projektů, které si členové schválí. Z Fairtrade Premium se postavilo již 17 skladů na skladování sklizně bavlny, vystavělo se centrum gramotnosti (více než 80 % členů je negramotných, což znamená potíže pro předávání informací o výrobě a trzích). Z příspěvku se postavila také porodnice s kvalifikovanou asistentkou či studna s pitnou vodou pro členy a jejich zvířata (Fairtrade Foundation, 2019).

Massatoma je synem pěstitelů bavlny a nyní pracuje jako manažer ve společnosti MOBIOM. Jeho pracovní náplní je řízení systému interní kontroly, aby bylo zajištěno dodržování standardů fair trade. Zabývá se také školením pěstitelů. Massatoma školí i zaměstnance v oblasti administrativy, auditů, certifikace fair trade, ekologických kontrol, monitorování Fairtrade Premium a schvaluje přijímání nových členů.

KRISTHMAN SIANATHAN

Kristhnan Sianathan žije v Bangaloře na jihu Indie. V posledních třech letech řídil projekt fairtradové bavlny ve třech oblastech Indie. To znamená, že organizoval sdružení drobných zemědělců, napomáhal jim zlepšit jejich výrobní metody, splnit ekologické normy a standardy fair trade tak, aby měli větší šanci dostat se na trhy a zvýšit své příjmy. Hlavní náplní Kristhnanova je šíření filozofie fair trade a podporování drobných zemědělců k zapojení do tohoto systému s lepšími finančními vyhlídkami. Kristhnan pracuje

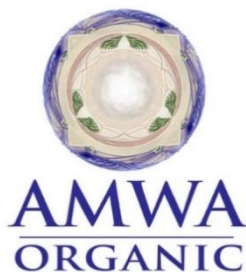
v družstvu Agrocel, které již bylo zmiňováno výše v textu. Na projektu Organic & Fairtrade Cotton, který byl již popisován se podílí pět skupin zemědělců, kteří pochází z Gujaratu, Tamil Nadu, Andry Pradeshe, Orissy a Karnataky. Produkty vyrobené z bavlny v tomto družstvu lze zakoupit v Bishopston Trading, Traidcraft či v obchodním řetězci Marks & Spencer (Fairtrade Foundation, 2019).

2.9 Bio a fairtradová bavlna v České republice

AMWA ORGANIC

AMWA ORGANIC (viz obrázek 17) je první český výrobce a dodavatel biotextilu. Vizi této společnosti je přinést na český trh čisté biotextilní výrobky, nové výrobní a obchodní modely, aby spotřebitel za své peníze získal co nejvíce. To znamená skutečnou hodnotu výrobku bez zbytečných přidaných nákladů, distribučních článků a další. AMWA ORGANIC vznikla v roce 2009 a je první českou společností pracující výhradně s bio a fair trade textilem. Sortiment se soustředí převážně na lůžkoviny, které vyrábí z českých eticky a ekologicky produkovaných biotextilních materiálů. Součástí nabídky je i dětské oblečení. Postupem času společnost začala dodávat bio metráže pro další zpracování maloobchodním i velkoobchodním zákazníkům. Kromě výroby biotextilu AMWA ORGANIC pořádá přednášky a jiné veřejné události, kde svým zákazníkům vysvětluje rozdíly mezi konvenční textilní výrobou a biotextilní výrobou. Součástí takových přednášek je i představení dalších českých výrobců, bioznaček a návrhářů. Nechybí ani módní přehlídka biotextilu českých výrobců. Společnost AMWA ORGANIC také uvádí čtyři výhody, které bio a fair trade textil přináší, a to významná úleva pro životní prostředí celé planety, záchrany lidských životů, pevnější zdraví pro konečné spotřebitele biotextilu nebo vyšší trvanlivost díky vyšší kvalitě (AMWA, n.d.).

Obrázek 17 Logo společnosti AMWA ORGANIC



Zdroj: www.amwa.cz

COTONEA ČR

Sídlo společnosti Cotonea ČR je ve Velkém Meziříčí. V roce 1855 bratři Johann Jakob a Gabriel Elmer založili společnost na zpracování bavlny z přírodních vláken. Nejdříve se soustředili na výrobu lůžkovin a oděvů, později se společnost Elmer & Zweifel, jak se dříve jmenovala, začala soustředit na lékařské a technické tkaniny a také na oblečení pro děti. V roce 1995 zpracovala již společnost Cotonea první organickou bavlnu v Izraeli. Od roku 2004 má dlouhodobé vztahy se zpracovateli bavlny ve střední Indii a Ugandě. Právě pěstitelé v Ugandě a Kyrgyzstánu jsou hlavními producenty organické bavlny pro tuto společnost. Cotonea kontroluje celý dodavatelský řetězec od bavlníkových polí až po umístění zboží do regálů. Zemědělci mají pevně stanovené výkupní ceny včetně minimální ceny, kterou získávají i pokud je cena bavlny na světových trzích nižší. Cotonea platí ekologickým zemědělcům nadprůměrné prémie za spravedlivý obchod. Filozofií této společnosti je vytvářet výhody, nepoškozovat a zlepšovat životy lidí. Současný sortiment tvoří ložní prádlo, přikrývky, polštáře, ale i potahy matrací, koupelnový textil, organické plátěné dětské pleny a oblečení pro děti i dospělé (viz obrázek 18) (Cotonea, n. d.).

Obrázek 18 Značka COTONEA na bavlněných výrobcích



Zdroj: www.google.com

2.9.1 Fairtradové odnosné tašky v obchodních řetězcích

Většina obchodních řetězců upouští od plastových jednorázových tašek, které dříve nabízela většinou zdarma. Od roku 2018 byly povinně zpoplatněny všechny plastové tašky s tloušťkou materiálu nad 15 mikronů. Na místo toho začínají nabízet odnosné tašky sice plastové, avšak pro opakované použití, papírové, látkové nebo tašky z juty. Několik obchodních řetězců nabízí látkové tašky z organické nebo fairtradové bavlny.

LIDL ČESKÁ REPUBLIKA V.O.S.

Od jednorázových nákupních tašek LIDL upustil v březnu roku 2017. Místo toho nabízí ekologičtější varianty v podobě papírových tašek. Tyto tašky jsou vyrobeny ze zcela recyklovatelného materiálu s logy FSC či PEFC. Papírové tašky jsou dostupné ve třech velikostech. Další možností je bavlněná taška vyrobená z fairtradové bavlny opatřená logem Fairtrade a známkou pro surovinu Fairtrade Cotton (viz obrázek 19). Cena tašky je 59,90 Kč (Mediář, 2018).

Obrázek 19 Odnosná nákupní taška obchodního řetězce LIDL



Zdroj: vlastní fotografie

KAUFLAND ČESKÁ REPUBLIKA, V.O.S.

Do roku 2025 se obchodní řetězec Kaufland zavázal snížit plastový odpad alespoň o 20 %. Stálou nabídku tašek se rozhodl rozšířit o látkovou tašku vyrobenou z bio bavlny certifikovanou podle standardu GOTS⁴ (viz obrázek 20). Díky kvalitě použitého materiálu je taška pevnější, má dlouhou životnost a lze ji vyprat. Cena tašky je 59,90 Kč (Kaufland Stiftung & Co. KG, 2019).

⁴ GOTS – jeden z nejvýznamnějších světových standardů zaručující, že výrobky byly vyrobeny z organických vláken. Tento standard také zaručuje ochranu životního prostředí a udržitelné pracovní a sociální podmínky v celém dodavatelském řetězci (Global Standard, 2017).

Obrázek 20 Odnosná taška obchodního řetězce Kaufland



Zdroj: vlastní fotografie

DM DROGERIE MARKET, S.R.O.

Je jednou z drogerií, která se velmi angažuje v trvalé udržitelnosti a společenské odpovědnosti. Součástí nabídky odnosných tašek, je i látková taška, kterou si zákazník může kdykoliv vyměnit za novou (viz obrázek 21). Kromě těchto látkových tašek nabízí drogerie i látkové tašky s certifikací FAIRTRADE® (Retail news, 2016).

Obrázek 21 Odnosná látková taška v drogerii DM Drogerie Markt



Zdroj: www.dom-drogeriemarkt.hr

H&M ČESKÁ REPUBLIKA

Skupina H&M je jedním z hlavních uživatelů organické bavlny ve světě. Je členem iniciativy Better Cotton Initiative (BCI), což je nezisková organizace pomáhající pěstitelům pěstovat bavlnu a zlepšit jejich životní podmínky (About hm, (n.d.)).

Látková taška je vyrobena z organické bavlny, prodává se pod značkou H&M Conscious a její cena je 39,90 Kč (viz obrázek 22).

Obrázek 22 Odnosná taška v obchodním řetězci H&M



Zdroj: vlastní fotografie

C&A MODA S.R.O.

V roce 2016 společnost získala ocenění „No1 in Bio Cotton“. A ve stejném roce přestala nabízet zdarma plastové odnosné tašky. V současné době společnost mimo zpoplatněných plastových tašek nabízí i tašky látkové vyrobené z bio bavlny. Cena tašky je 50 Kč (viz obrázek 23) (C-and-a, 2017).

Obrázek 23 Odnosná taška v obchodním řetězci C&A ČESKÁ REPUBLIKA



Zdroj: vlastní fotografie

3 METODIKA

3.1 Cíle práce

Hlavním cílem mé diplomové práce je na základě výzkumu nákupního chování spotřebitelů analyzovat situaci fairtradové a okrajově organické bavlny na českém trhu. Výzkum probíhal formou dotazníkového šetření, kterého se zúčastnili respondenti od patnácti let věku. Dalším cílem je zhodnocení nabídky fairtradové a organické bavlny v maloobchodních jednotkách na českém trhu. V dotazníkovém šetření se zaměřuji na povědomí spotřebitelů o systému fair trade a preferencí fairtradové a organické bavlny.

3.2 Metodický postup

Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V rámci zpracování teoretické části jsem prostudovala odbornou literaturu pro vysvětlení pojmů fair trade, pěstování bavlny, fairtradové a organické bavlny. Dále jsem se zabývala fairtradovými a textilními standardy pro bavlnu. Vzhledem k nedostatku knižních zdrojů jsem čerpala převážně ze zdrojů internetových a cizojazyčných.

V rámci praktické části jsou analyzovány výsledky dotazníkového šetření. Pro sběr dat jsem použila online dotazování. Dotazník jsem vytvořila v programu Google Docs a je složen z 25 otázek, které jsou rozděleny do čtyř částí: bavlna a organická bavlna, systém fair trade, fairtradová bavlna a identifikační otázky. Do průzkumu byla také zařazena organická bavlna, a to z důvodu, že fair trade bavlna v sobě zahrnuje i enviromentální kritéria, která se velmi blíží požadavkům organické bavlny. I z toho důvodu producenti často využívají souběžně obě certifikace. Pokud tedy český spotřebitel preferuje organickou bavlnu, jistě si najde cestu i k bavlně s certifikací fair trade.

Před začátkem online dotazování jsem provedla pilotní výzkum u deseti respondentů, kteří dotazník vyplnili a sdělili mi případné nejasnosti. Dotazník byl rozšířen formou elektronické komunikace a po sociálních sítích. Pro zpracování dat jsem použila program PSPP, následně jsem data importovala do MS EXCEL a zde jsem vytvořila tabulky a grafy. Další částí bylo potvrzení či vyvrácení hypotéz a zhodnocení výsledků. K vyhodnocení hypotéz byly použity statistické testy a popisná statistika.

Nabídka fairtradové a organické bavlny na českém trhu byla zkoumána v maloobchodních jednotkách obchodních řetězců C&A, H&M a Marks & Spencer, Lidl, Kaufland a Tchibo.

3.3 Hypotézy

H1: Většina respondentů by při výběru upřednostnila nebo spíše upřednostnila výrobky z fairtradové bavlny.

H2: Důvodem, proč respondenti nekupují fairtradové výrobky z bavlny, je jejich malá dostupnost.

H3: Většina respondentů je ochotna respektovat navýšení do 30 % u fairtradových bavlněných výrobků.

4 PRAKTICKÁ ČÁST

4.1 Výsledky dotazníkového šetření

Respondenti dotazníkového šetření byli rozděleni do čtyř věkových kategorií a zúčastnilo se ho 135 žen a 67 mužů. Dotazník obsahoval 25 otázek a byl rozdělen do čtyř částí: bavlna a organická bavlna, systém fair trade, fairtradová bavlna a závěrečné identifikační otázky.

Otázka č. 1 Jaké faktory jsou pro Vás obecně důležité při výběru textilních/oděvních výrobků? ($n=202$)

V této otázce měli respondenti na Likertově škále určit důležitost daného faktoru. Znamka 1 znamenala, že tento faktor je pro respondenta nejdůležitější, naopak známka 5 značila, že tento faktor pro respondenta není důležitý.

Prvním posuzovaným faktorem byla cena. Tu za nejdůležitější faktor považuje 42,08 % respondentů. Nejméně důležitým faktorem je pouze pro 4,95 % dotazovaných. Průměrná známka pro faktor cena je 2,01.

Dalším zkoumaným kritériem byla kvalita. Kvalita je nejdůležitější při výběru pro téměř 63 %. 21,78 % ji pak hodnotilo známkou dva a nejméně důležitá je kvalita pro 3,5 % respondentů. Za průměrně důležitou ji považuje 9,41 %. Průměrnou známkou tohoto faktoru je 1,62.

Třetím faktorem, nad jehož důležitostí se měli respondenti zamyslet byla značka. Největší důležitost značce přikládá 22,28 % dotazovaných. Téměř pro stejné procento je však značka nejméně důležitá, a to konkrétně pro 24,75 % a pro stejné procento je středně důležitým kritériem. Průměrné hodnocení tohoto faktoru bylo 3,16.

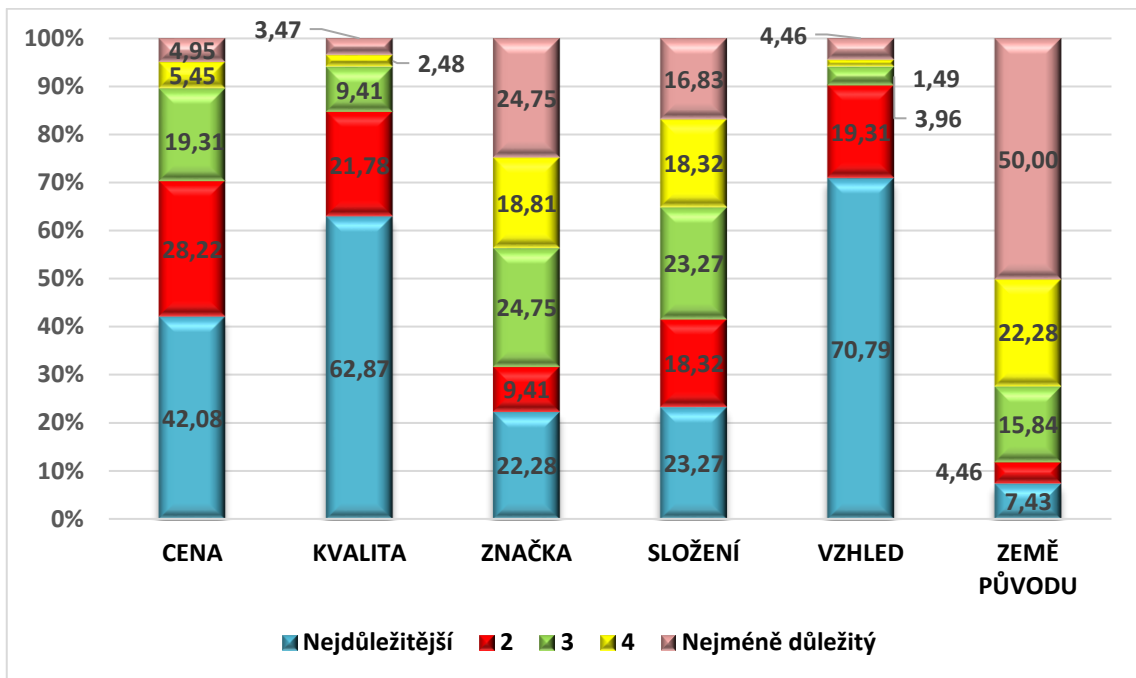
Dalším faktorem pro posuzování bylo složení výrobku. Průzkum ukázal, že 23,27 % dotazovaných jej hodnotí jako nejdůležitější faktor. 16,83 % pak složení výrobku neřeší. 23,27 % uvedlo, že je složení pro ně průměrně důležité. Průměrnou známkou bylo také 2,87.

Pátým hodnoceným faktorem byl vzhled. Ten je nejdůležitější pro 70,79 % respondentů. Pro 4,46 % je nejméně důležitý. 19,31 % respondentů uvedlo, že tento faktor je pro ně průměrně důležitý. Průměrné hodnocení tohoto faktoru bylo 1,51.

Posledním faktorem byla země původu. Tento faktor za nejdůležitější považuje pouze 7,43 %, 50 % respondentů uvedlo, že země původu je pro ně nejméně důležitá při výběru

textilních výrobků. To že země původu není pro respondenty příliš důležitá, dokazuje i průměrná známka, která je 3,97 (viz graf 4).

Graf 4 Hodnocení faktorů při výběru textilních/oděvních výrobků

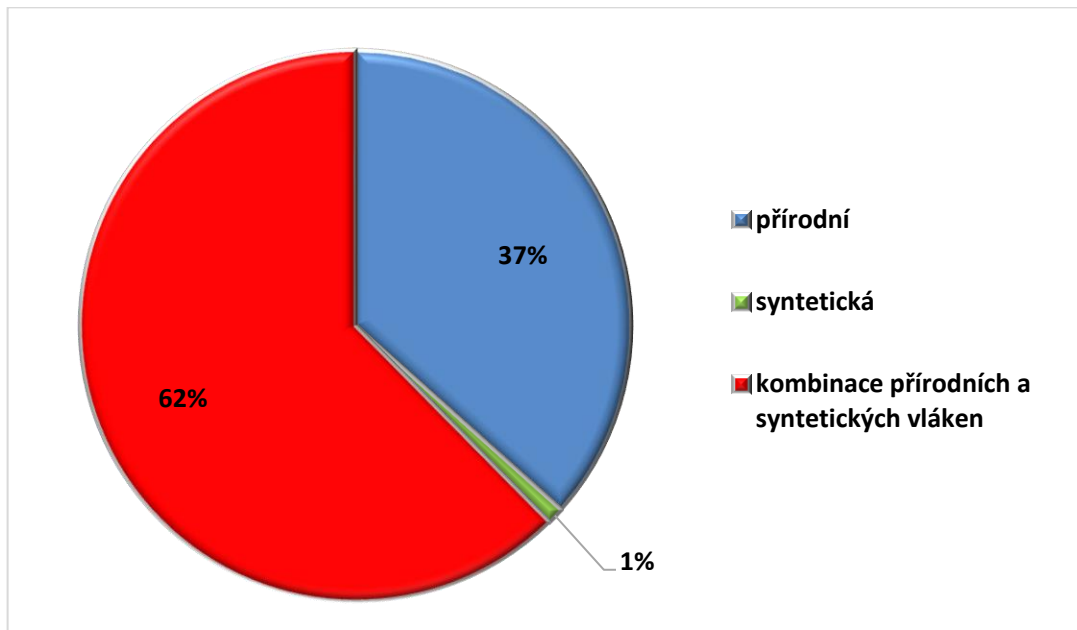


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 2 Jaká textilní vlákna preferujete? (n=202)

U této otázky měli respondenti označit druh preferovaných textilních vláken. 62 % preferuje kombinaci přírodních a syntetických vláken, 37 % volí raději přírodní vlákna a pouze 1 % dává přednost syntetickým vláknům (viz graf 5).

Graf 5 Preference vláken

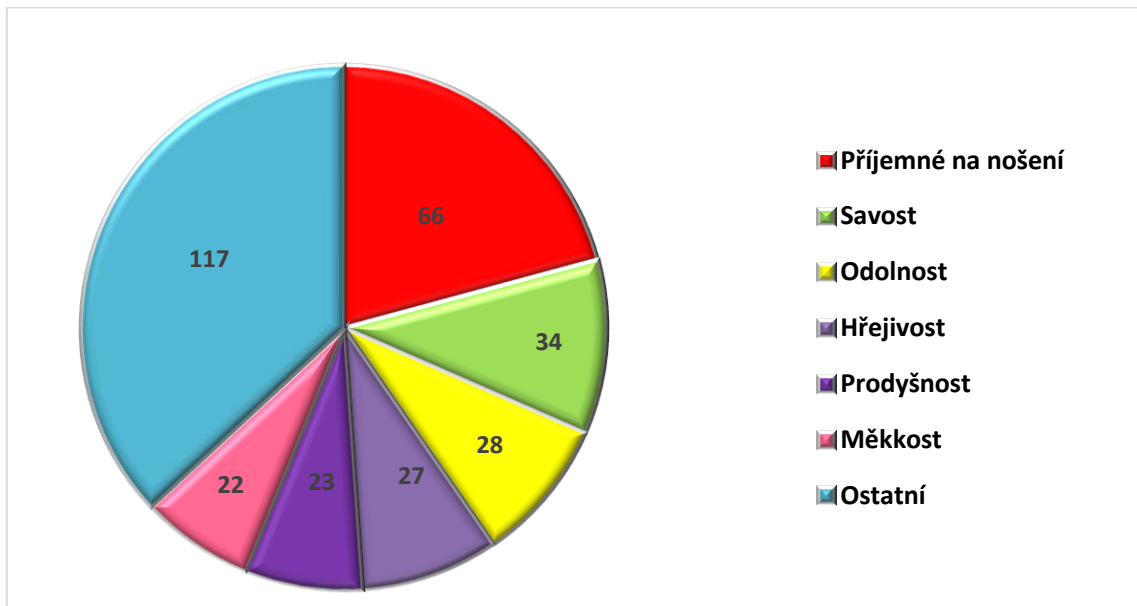


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 3 Jaké vlastnosti přikládáte výrobkům z bavlny? (n=202)

V této otázce se respondenti měli zamyslet nad tím, jaké vlastnosti jsou pro ně u bavlněných výrobků důležité. Otázka byla otevřená a respondenti mohli uvést i více vlastností. Celkem uvedli 26 vlastností. 66 dotázaných mimo jiné uvedlo příjemnost na těle nebo na dotek, 34 uvedlo jako pozitivní vlastnost savost, 28 uvedlo odolnost, 27 respondentů napsalo hřejivost, 23 prodyšnost, 22 měkkost a 117 respondentů uvádělo ostatní vlastnosti, a to jemnost, hebkost, pevnost, pohodlnost, dlouhou životnost nebo jako vlastnost uváděli, že se bavlněné výrobky dobře perou (viz graf 6).

Graf 6 Vlastnosti bavlněných výrobků

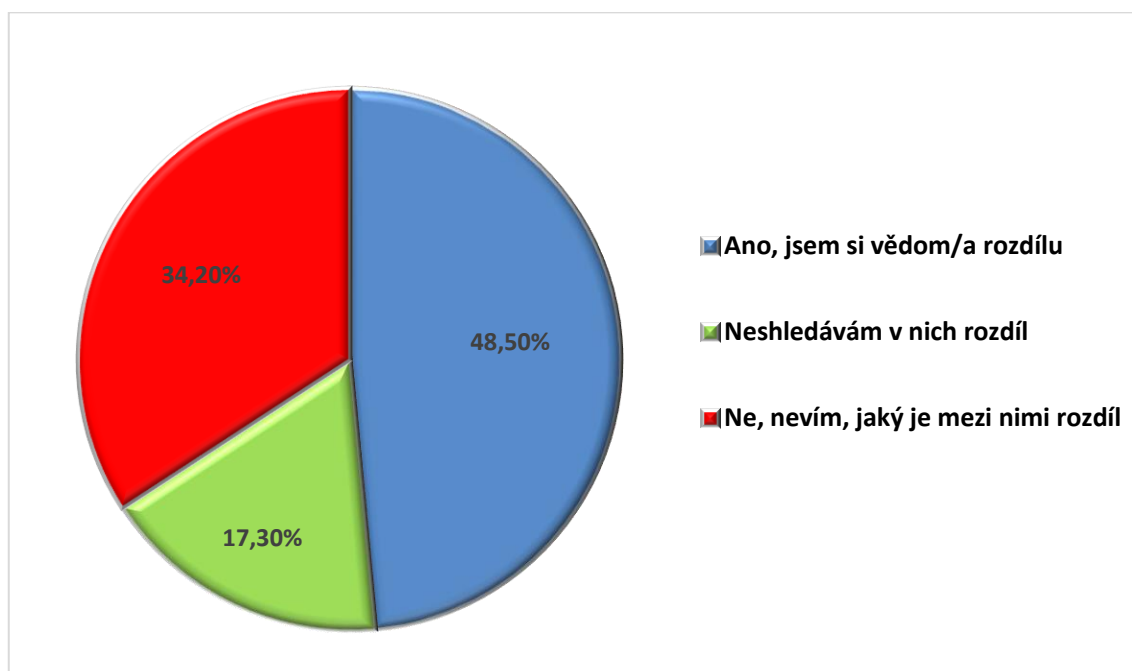


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 4 Na trhu jsou dostupné také výrobky z organické (bio) bavlny. Dokážete určit rozdíl mezi bio bavlnou a konvenčně vyprodukovanou bavlnou? (n=202)

Otázka č. 4 se zaměřila na znalost rozdílu mezi organickou a konvenčně vyrobenou bavlnou. 48,5 % respondentů odpovědělo, že rozdíl zná, tedy že bio bavlna pochází z geneticky nemodifikovaných bavlníků, osivo se chemicky neošetřuje, k přípravě půdy se využívají přírodní hnojiva a zdravá půda se udržuje rotováním plodin. 34,20 % neví, jaký je mezi nimi rozdíl a 17,30 % respondentů v organické a konvenčně vyrobené bavlně rozdíl nevidí (viz graf 7).

Graf 7 Znalost rozdílu mezi bio bavlnou a konvenčně vyprodukovanou bavlnou

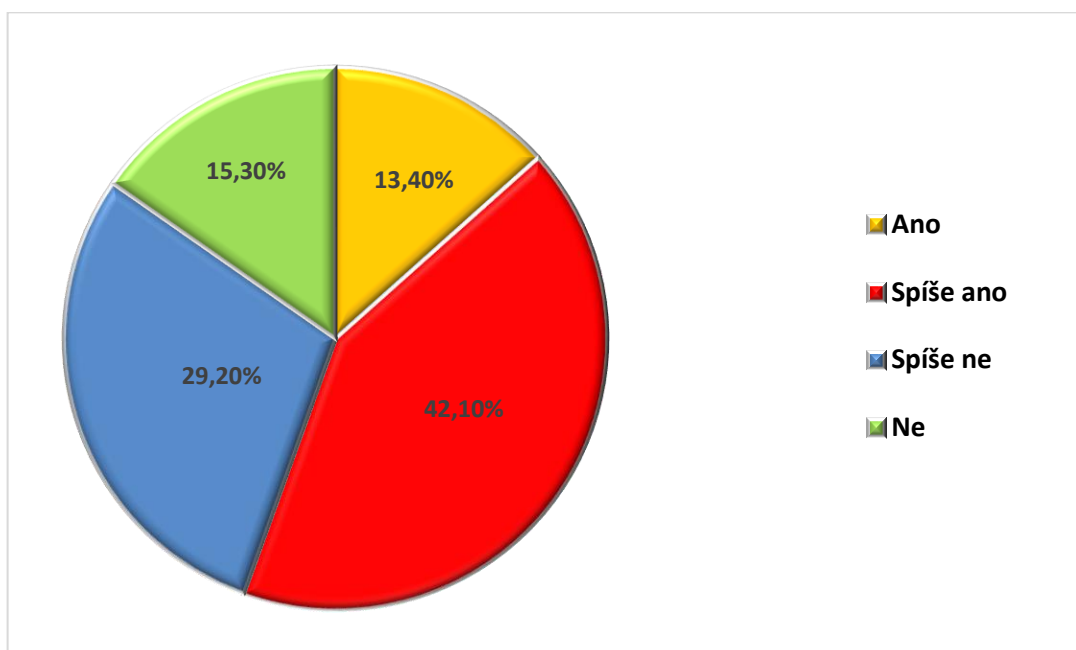


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 5 Pokud máte na výběr, volíte raději výrobky z organické bavlny? (n=202)

Tato otázka se zabývala preferencí organické bavlny. V případě možnosti výběru by ji upřednostnila více než polovina respondentů, a to 55,5 %. Spíše by ji ne zvolilo 29,2 %. A striktně by ji odmítlo až 15,30 % dotazovaných (viz graf 8).

Graf 8 Preference výrobků z organické bavlny

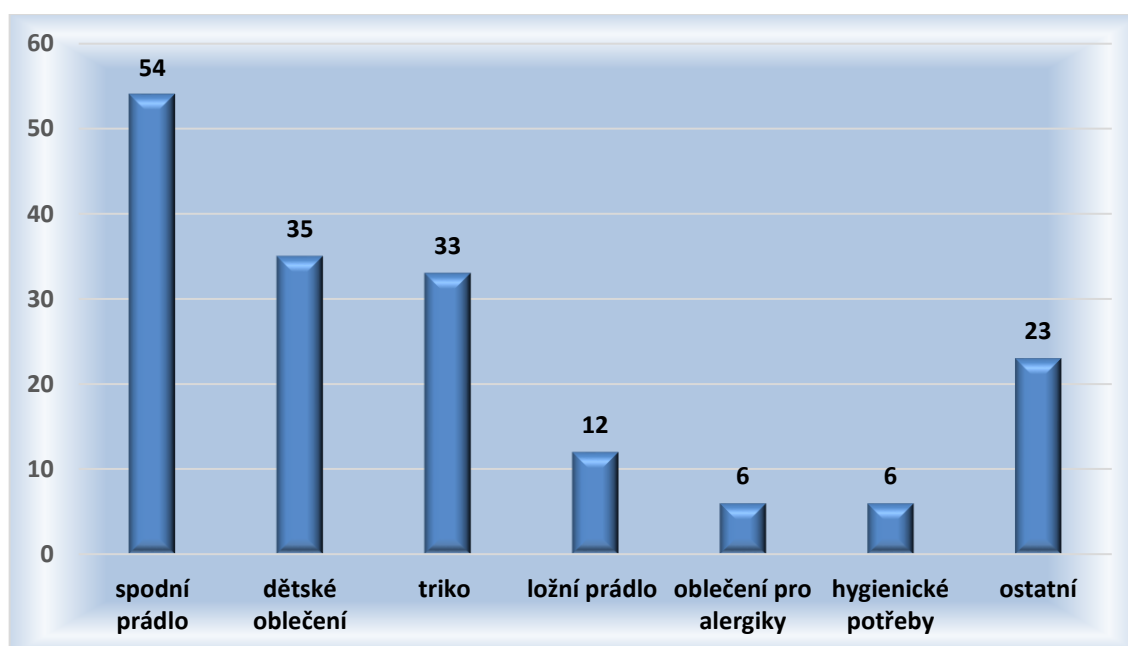


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 6 U jakých výrobků upřednostňujete organickou bavlnu? (n=112)

Na tuto otázku odpovídali pouze ti respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že by organickou bavlnu upřednostnili. Opět se jednalo o otevřenou otázku a respondenti mohli uvést i více výrobků. 54 respondentů upřednostnilo organickou bavlnu u spodního prádla, 35 dotazovaných organickou bavlnu volí u dětského oblečení. 33 respondentů tento druh bavlny preferuje u triček. 6 respondentů volí tuto bavlnu u oblečení pro alergiky a stejný počet u hygienických potřeb. Ostatní respondenti uváděli ponožky, tepláky, domácí textil, košile, svetry nebo ručníky (viz graf 9).

Graf 9 Preferované výrobky z organické bavlny

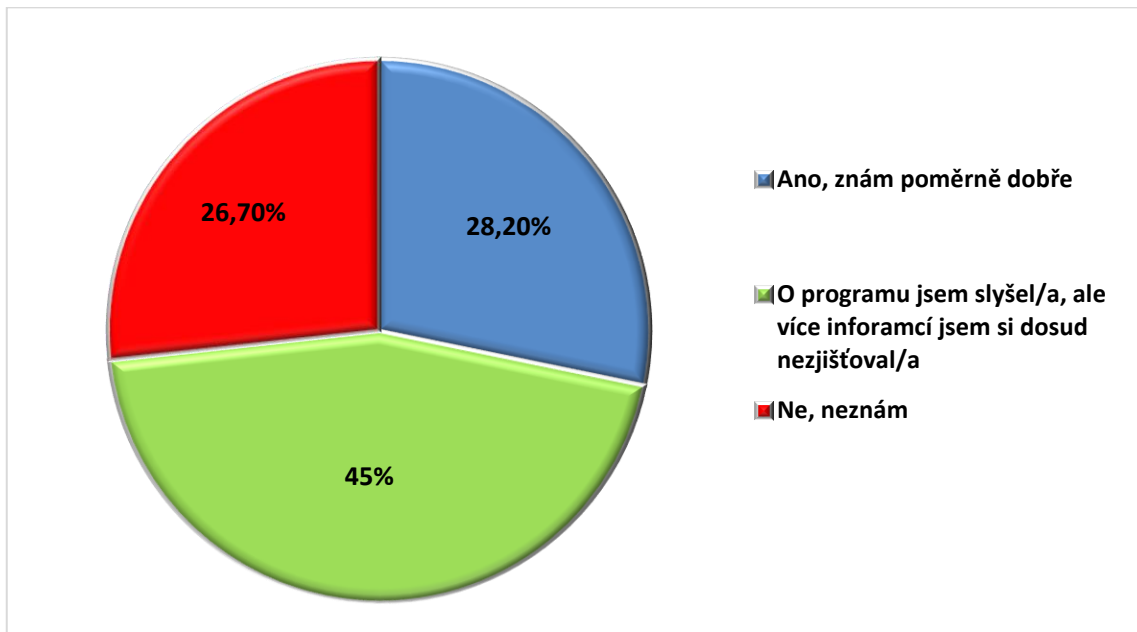


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 7 Znáte fair trade? (n=202)

Tato otázka se zaměřila na míru znalosti systému fair trade. 28,2 % uvedlo, že fair trade zná poměrně dobře. Necelá polovina, konkrétně 45 % o systému fair trade již někdy slyšela, ale více informací si o něm dosud nevyhledávala. Poslední část respondentů čili 26,7 %, o fair trade dosud nikdy neslyšela, a tedy neví, co si pod ním představit. Tito respondenti pak přešli až k poslední části dotazníku (viz graf 10).

Graf 10 Povědomí o systému fair trade

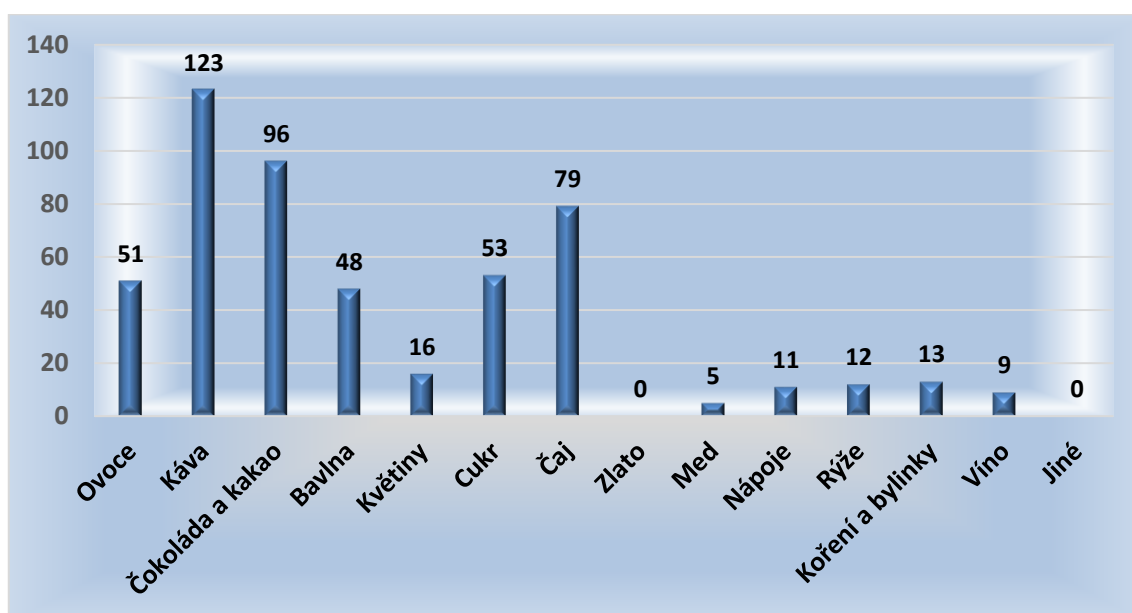


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 8 Jaké fairtradové produkty znáte? (n=148)

Na otázku č. 8 odpovídali pouze ti respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli, že systém fair trade znají nebo že o něm slyšeli. Také měli možnost označení více odpovědí. Nejvíce respondentů zná z nabídky fairtradových výrobků kávu, a to 123 dotázaných. Druhým nejznámějším produktem je pro respondenty čokoláda a kakao, a to pro 96 respondentů. Třetím produktem, kteří znají v souvislosti s fair trade, je čaj a čtvrtý cukr. Fairtradovou bavlnu zná 48 dotázaných. Nejméně známým produktem mezi dotazovanými je med nebo zlato, které nezná žádný z respondentů (viz graf 11).

Graf 11 Fairtradové produkty



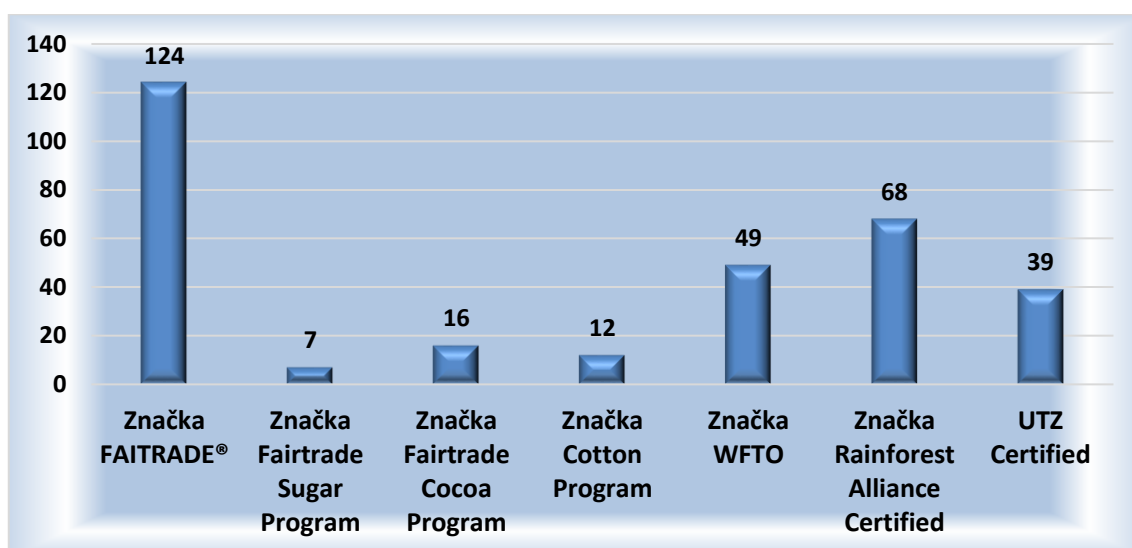
Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 9 Jaké značky si v souvislosti s prodejem fair trade výrobků vybavíte?

(n=148)

U otázky č. 9 respondenti označovali značky, které v souvislosti s fair trade znají. I zde mohli respondenti označit více možností. Jak z grafu vyplývá, nejznámější je pro respondenty značka FAIRTRADE®, a to pro 124 dotázaných. Druhou nejznámější značkou je Rainforest Alliance Certified, tu respondenti označili v 68 případech. 49 respondentů již zaznamenalo značku světové organizace Fairtrade (WFTO) a 39 dotázaných se již setkala se značkou UTZ Certified. Naopak příliš známé u respondentů nejsou značky fairtradových programů pro bavlnu, cukr a kakao (viz graf 12).

Graf 12 Značky fair trade

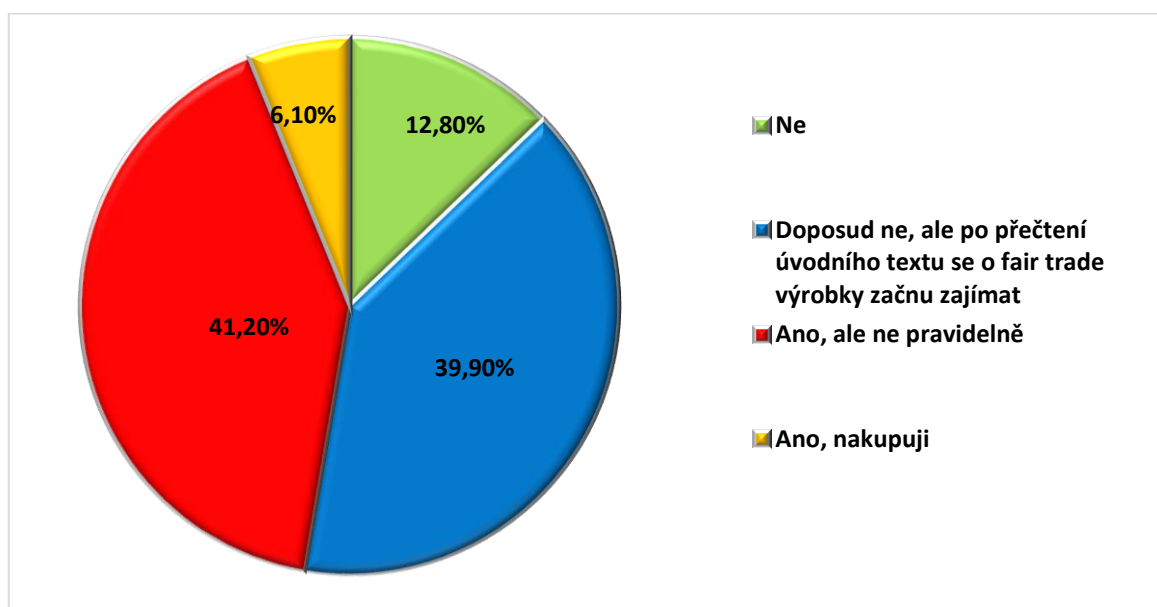


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 10 Snažíte se podporovat fair trade nákupem výrobků? (n=148)

Jak z odpovědí vyplývá, 41,20 % fairtradové výrobky nakupuje, ne však pravidelně. Téměř stejné procento konkrétně 39,90 %, ale výrobky dosud nenakupovalo. Úvodní text je však zaujal a o fairtradové výrobky se začnou zajímat. 12,8 % výrobky nakupuje pravidelně a 6,1 % je nenakupuje (viz graf 13).

Graf 13 Snaha o podporu fairtradových výrobků

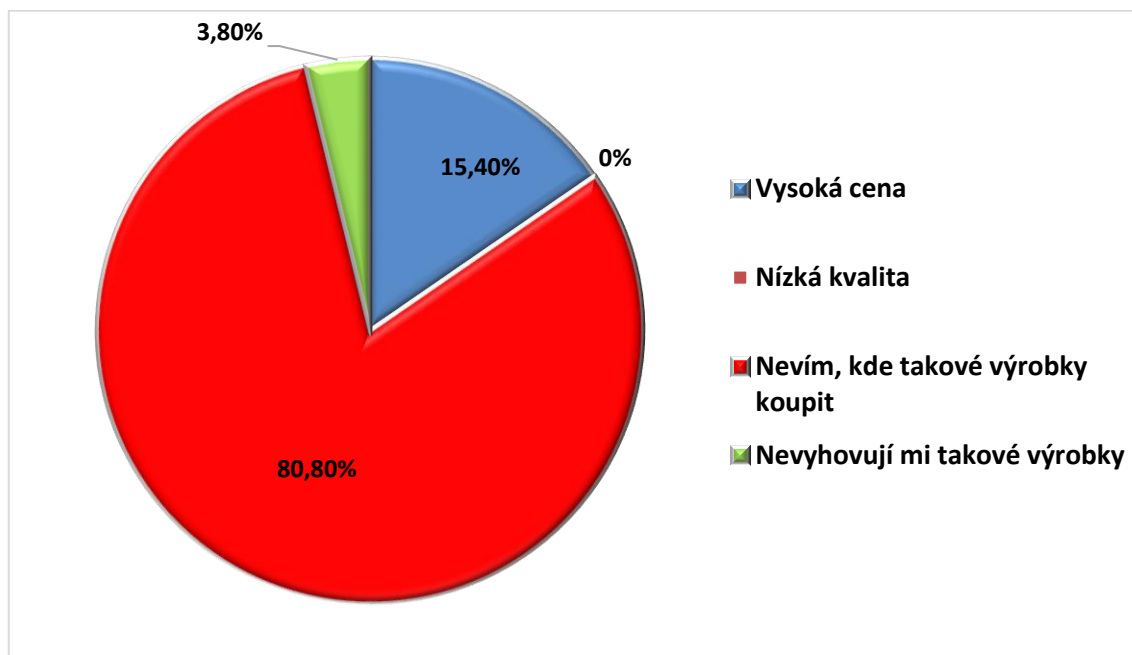


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 11 Z jakého důvodu fairtradové výrobky nekupujete? (n= 78)

Cílem této otázky bylo zjistit, proč respondenti fairtradové výrobky nekupují. Z 78 respondentů jich 80,8 % nenakupuje, protože neví, kde je koupit. 15,40 % je nekupuje, protože cena těchto výrobků se jim zdá příliš vysoká a 3,80 % respondentům výrobky s certifikací fair trade nevyhovují. Nikdo z respondentů nevedl, že by důvodem, proč výrobky nekupují, byla nízká kvalita těchto výrobků (viz graf 14).

Graf 14 Důvody, proč fairtradové výrobky respondenti nekupují

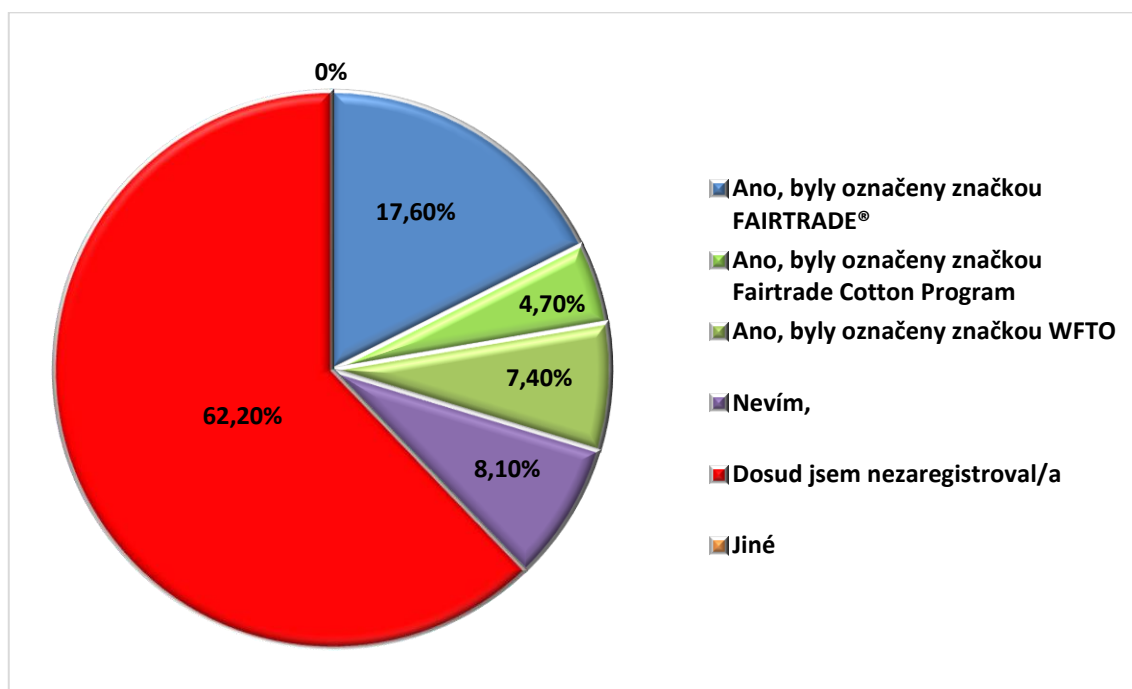


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 12 Zaregistrovali jste v nabídce prodejců výrobky z fair trade bavlny? Pokud ano, jak byly označeny? (n=148)

Otázka č. 12 byla úvodní otázkou v části fairtradové bavlny. Zde se měli respondenti zamyslet nad tím, zda již v nabídce prodejců zaznamenali výrobky z fair trade bavlny a jak tyto výrobky byly označeny. 62,20 % respondentů takové výrobky dosud nezaznamenalo. 17,6 % již výrobky z fairtradové bavlny zaznamenalo pod značkou FAIRTRADE®. 7,4 % bavlněné výrobky také zaznamenalo, avšak pod označením známkou WFTO. 4,7 % respondentů pak výrobky vidělo s označením Fairtrade Cotton Program. 8 % dotázaných si není jisto, zda výrobky z fair trade bavlny již viděli (viz graf 15).

Graf 15 Výrobky z fair trade bavlny

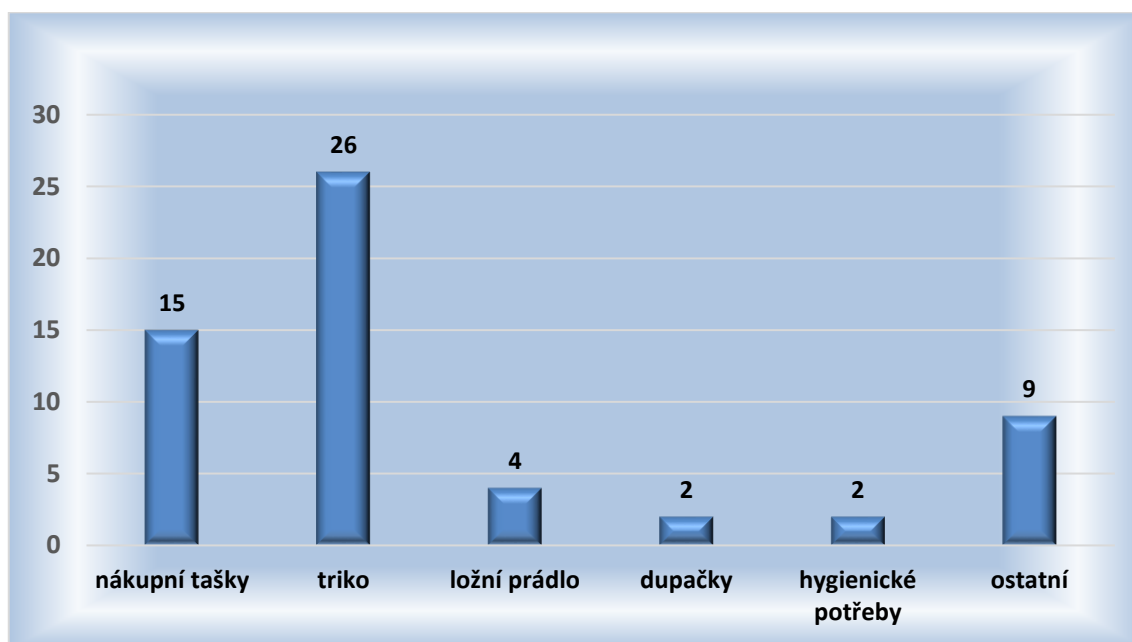


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 13 O jaké konkrétní výrobky se jednalo? (n=41)

V této otevřené otázce měli respondenti vyjmenovat konkrétní výrobky, které byly označeny známkami z předchozí otázky. Z grafu je patrné, že 26 respondentů zaznamenalo s těmito značkami trika, 15 respondentů si značek všimlo u nákupních tašek. 4 respondenti fairtradovou bavlnu zaregistrovali u ložního prádla a 9 respondentů uvádělo jiné výrobky, a to spodní prádlo, zimní bunda, sportovní oblečení, jeany, tepláková souprava a oblečení obecně (viz graf 16).

Graf 16 Konkrétní výrobky z fair trade bavlny

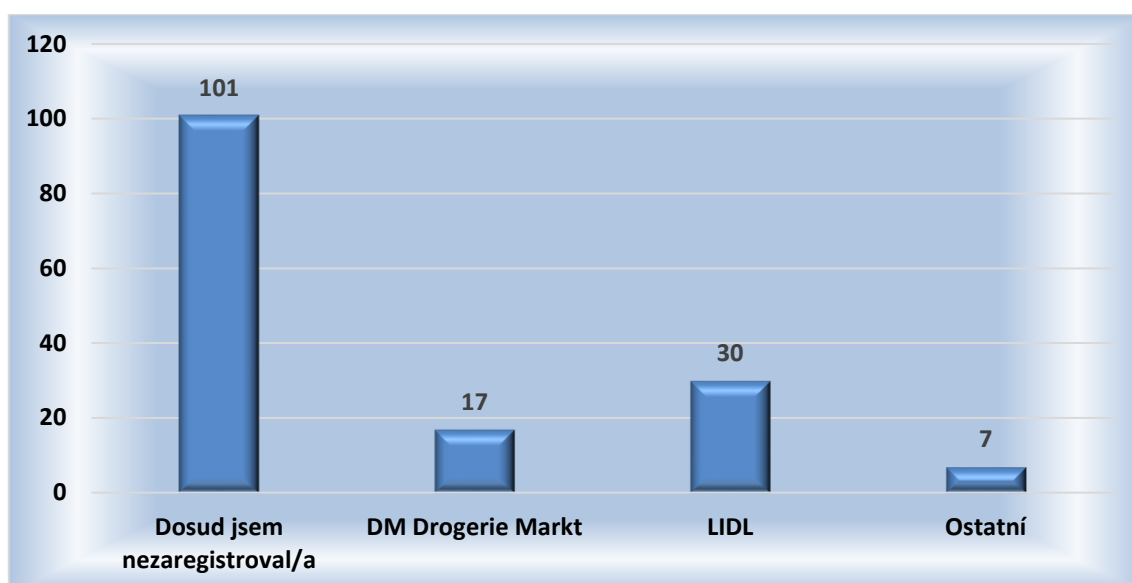


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 14 Zaregistrovali jste již v nabídce obchodních řetězců odnosné tašky vyrobené z organické nebo fair trade bavlny? ($n=148$)

Cílem této otázky bylo zjistit, zda si respondenti všimají látkových odnosných tašek z organické nebo fair trade bavlny v obchodních řetězcích. 101 respondentů dosud takové tašky nezaznamenalo. 30 respondentů odnosné tašky zaregistrovalo u obchodního řetězce LIDL a 17 v drogerii DM Drogerie Markt. Ostatní respondenti uváděli Penny Market, obchodní řetězec H&M a C&A (viz graf 17).

Graf 17 Odnosné tašky z organické a fairtradové bavlny

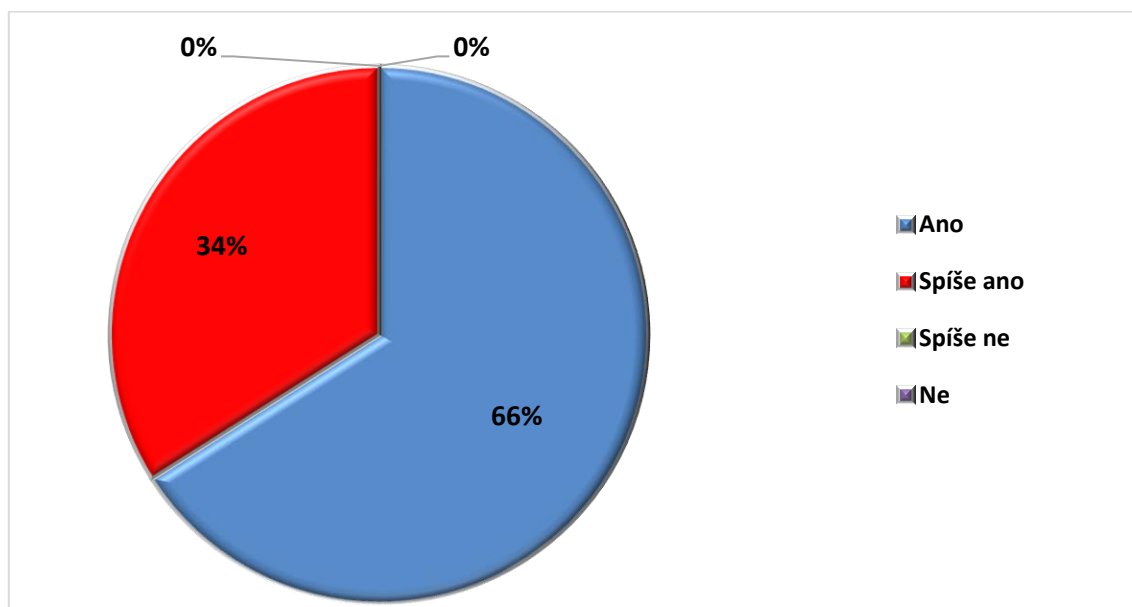


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 15 Vnímáte využívání odnosných tašek z organické a fairtradové bavlny jako pozitivní? (n= 47)

V této podotázce respondenti, kteří látkové tašky již zaznamenali, měli zhodnotit, zda se jim jejich používání jeví jako pozitivní. Zde graf jasně ukazuje, že všichni respondenti používání těchto tašek zhodnotili pozitivně (viz graf 18).

Graf 18 Zhodnocení odnosných tašek

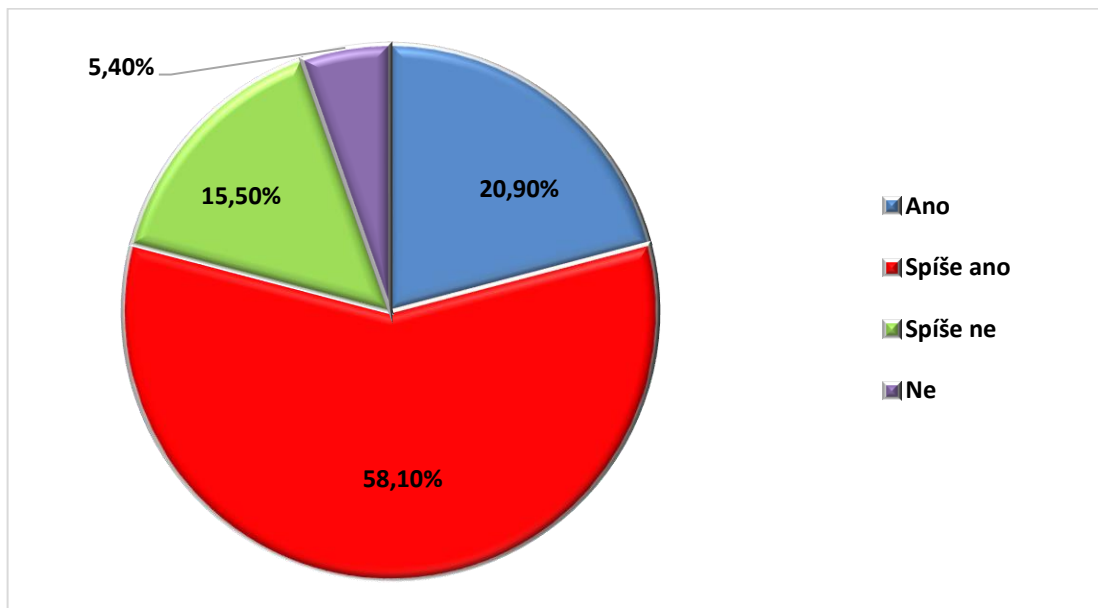


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 16 Pokud byste měli možnost výběru, upřednostnili byste nákup oblečení z bavlny s certifikací fair trade? (n=148)

Tato otázka se zabývá preferencí fairtradové bavlny. V případě výběru by ji upřednostnilo 20,9 % respondentů. Respondentů, kteří by se k bavlně s certifikací fair trade spíše přiklonilo bylo 58,1 %. Naopak by tento druh bavlny spíše nezvolilo 15,50 % a určitě by ji nezvolilo 5,40 % respondentů (viz graf 19).

Graf 19 Preference oblečení s certifikací fair trade

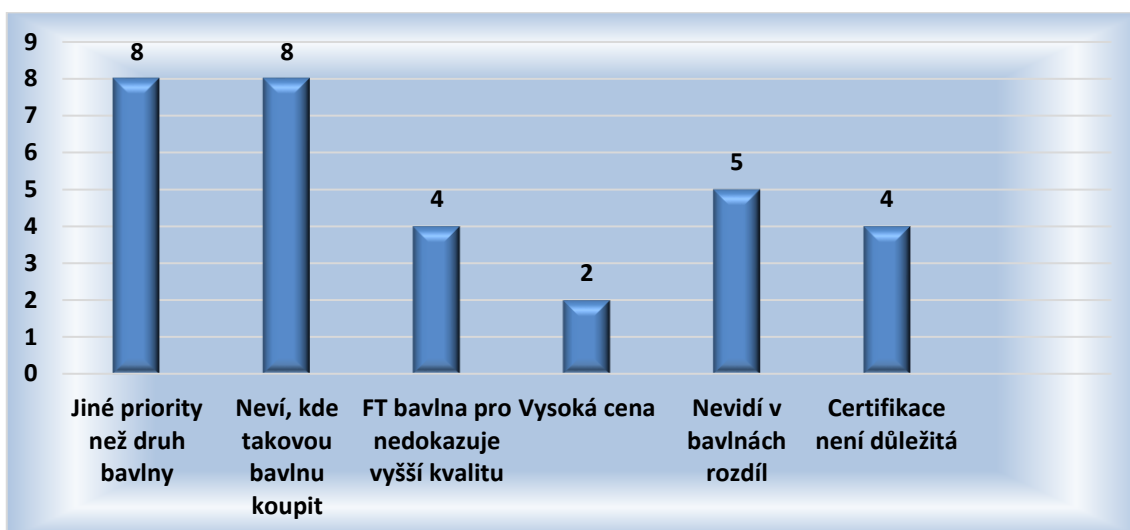


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 17 Proč nákup z bavlny s certifikací fair trade neupřednostňujete? (n= 31)

Tato podotázka se zabývala důvody, proč dotazovaní fairtradovou bavlnu nezvolili. 8 z 31 respondentů uvedlo, že při výběru textilních výrobků mají jiné priority, než je původ bavlny. Stejný počet uvedl, že takové výrobky nenakupuje, protože neví, kde je koupit. 5 dotázaných neshledává rozdíl mezi „obyčejnou“ a fairtradovou bavlnou. Pro 4 respondenty fair trade bavlna nedokazuje vyšší kvalitu a pro stejný počet certifikace není důležitá. 2 respondenti tento druh bavlny neupřednostnili z důvodu vysoké ceny (viz graf 20).

Graf 20 Důvody, proč oblečení s certifikací fair trade respondenti nenakupují

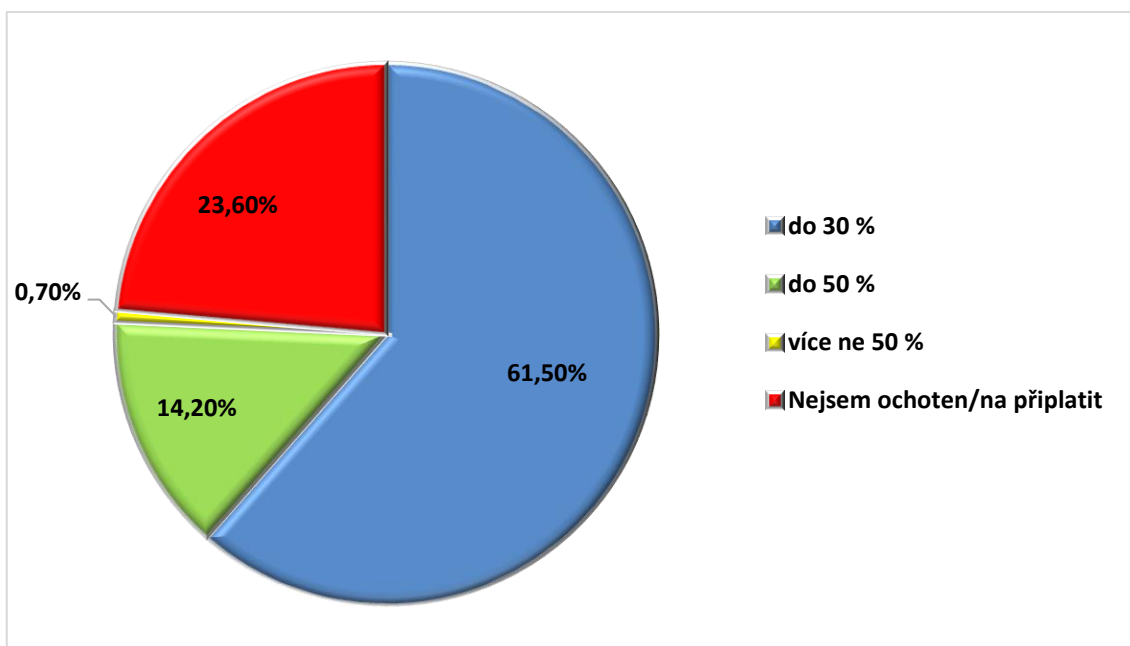


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 18 Kolik procent byste byli ochotni připlatit za fair trade bavlněné výrobky? (n=148)

Otázka č. 18 zjišťovala, zda jsou respondenti ochotni připlatit za fairtradové bavlněné výrobky a kolik. Většina respondentů konkrétně 61,50 % by byla ochotna připlatit do 30 %. Do 50 % by připlatilo 14,20 % dotazovaných. Pouze 0,70 % respondentů by připlatilo za fair trade bavlněné výrobky více než 50 %. Naopak 23,60 % respondentů není ochotno za fairtradové výrobky připlatit nic (viz graf 21).

Graf 21 Ochota připlatit za fair trade bavlněné výrobky

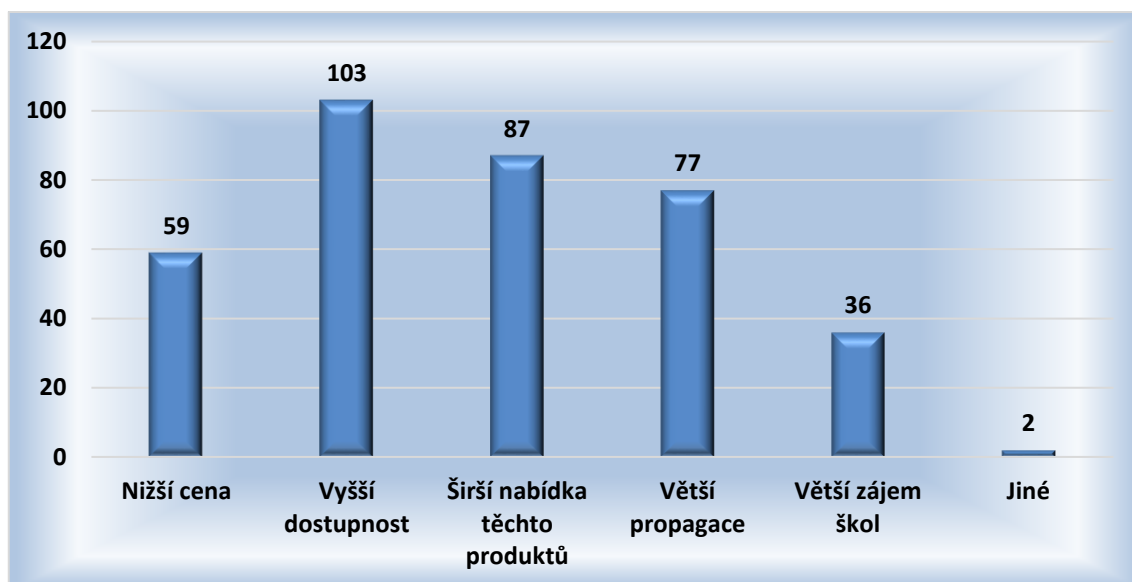


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 19 Co by podle Vás zvýšilo poptávku po bavlněných fair trade výrobcích? (n=148)

V této otázce měli respondenti zatrhnout faktory, které by podle nich zvýšily poptávku po fairtradových bavlněných výrobcích. Měli možnost výběru více faktorů. 103 respondentů se domnívalo, že by vyšší poptávce pomohla vyšší dostupnost těchto výrobků. 87 respondentů by rozšířilo nabídku fairtradových bavlněných výrobků a 77 dotázaných si myslí, že poptávka by vzrostla díky větší propagaci v televizi, rádiu, novinách a dalších médiích. 36 respondentů zvolilo jako faktor pro zvýšení poptávky větší zájem škol. Tím se myslí rozšíření výuky o témata fair trade, umístování do prostor školy automaty s fair trade výrobky – sušenky, čokoláda a jiné či zapojení škol do projektů pod záštitou fair trade. 2 respondenti uvedli své podněty, a to slušivý výrobek a změnu mentality lidí, aby začali upřednostňovat kvalitu před kvantitou (viz graf 22).

Graf 22 Zvýšení poptávky po fairtradových bavlněných výrobcích

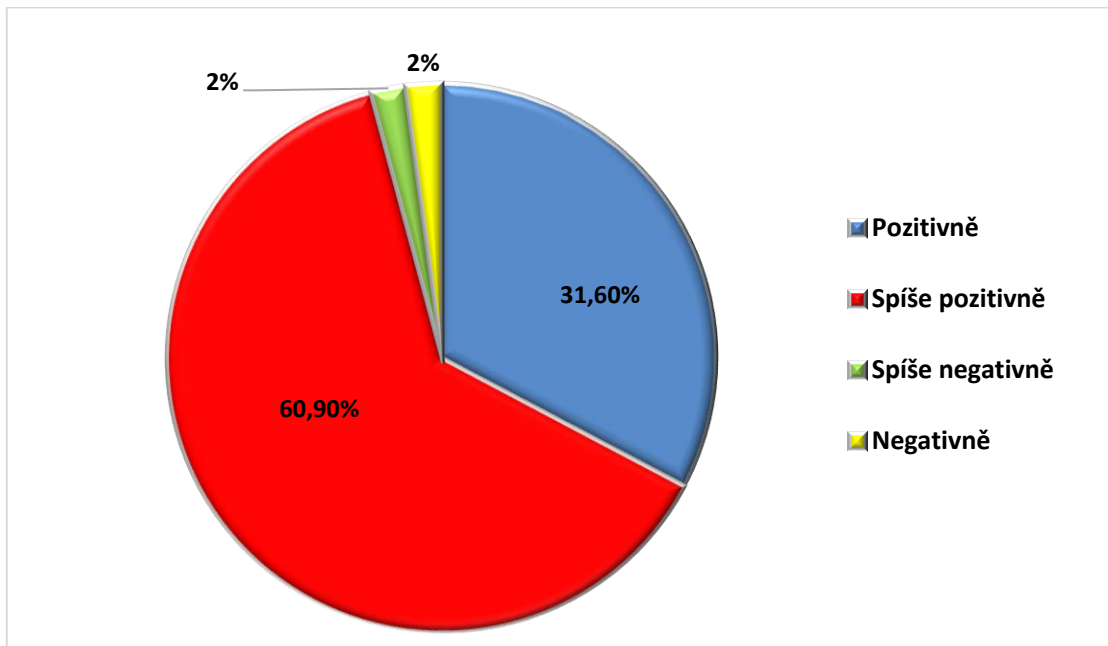


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 20 Jak celkově vnímáte fair trade? (n=202)

Tato otázka byla úvodní v závěrečné části dotazníku. Respondenti měli zhodnotit svůj pohled na systém fair trade. Více než 90 % respondentů alternativní způsob obchodování vnímá pozitivně nebo spíše pozitivně. Pouze 2 % respondentů jej vnímají negativně a zcela negativní je také pro 2 % z dotazovaných (viz graf 23).

Graf 23 Vnímání fair trade

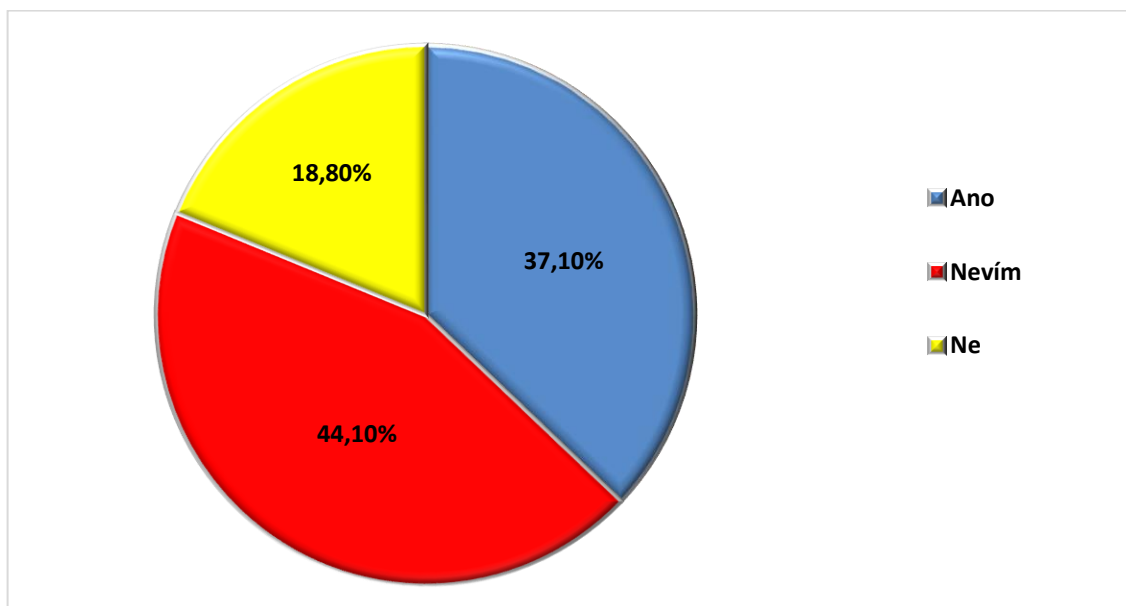


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 21 Budete se o fair trade více zajímat? (n=202)

Přestože v předchozí otázce 90 % respondentů fair trade označilo za pozitivní přístup, dále se o něj bude zajímat 37,10 % dotázaných. 44,10 % si dalším zájmem a zjišťováním dalších nových informací o fair trade není jisto. 18,8 % respondentů se o fair trade dále zajímat nebude (viz graf 24).

Graf 24 Další zájem o fair trade

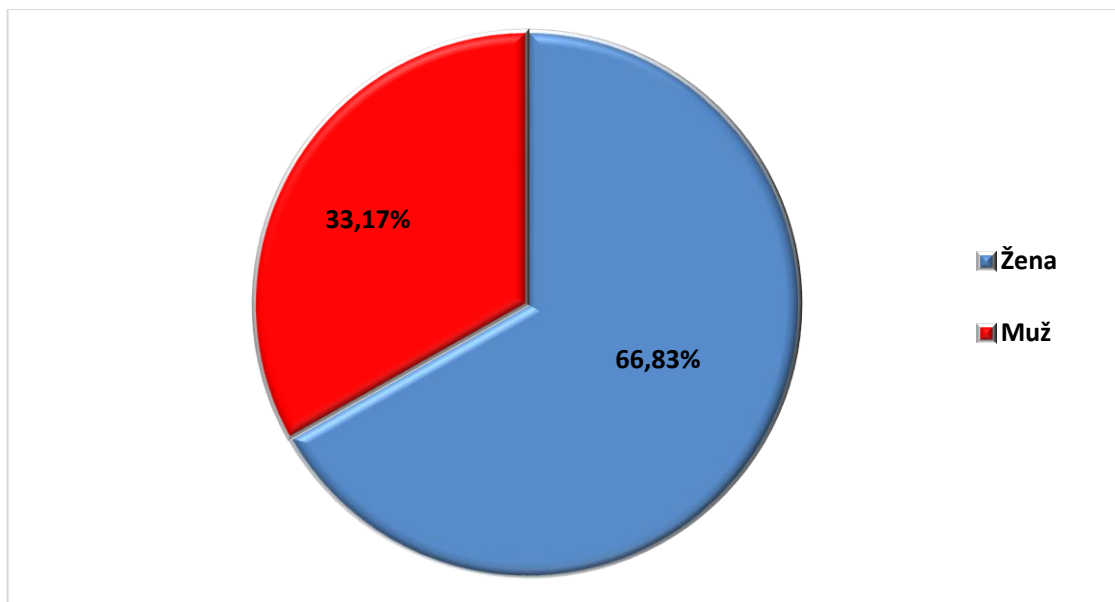


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 22 Vaše pohlaví ($n=202$)

Dále dotazník pokračoval identifikačními otázkami. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 66,80 % žen a 33,20 % mužů (viz graf 25).

Graf 25 Pohlaví respondentů

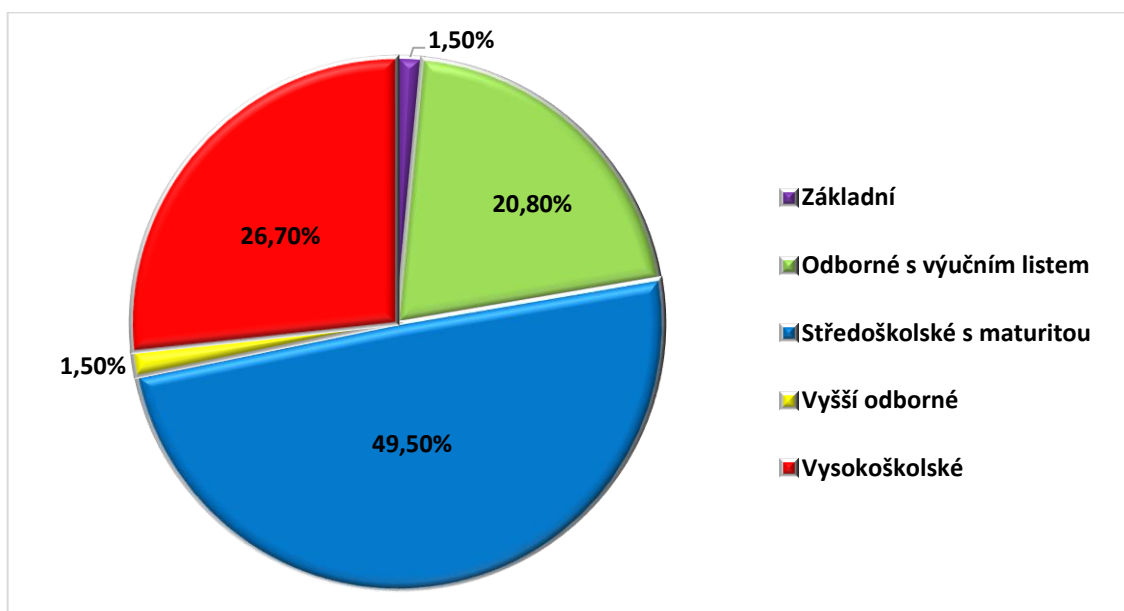


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 23 Nejvyšší dosažené vzdělání ($n=202$)

Nejpočetněji zastoupenou skupinou byli respondenti se středoškolským vzděláním s maturitou (49,50 %). 26,70 % respondentů absolvovalo vysokou školu. 20,80 % dotazovaných má odborné vzdělání s výučním listem. 1,5 % pak tvořili respondenti se základním vzděláním a stejné procento má vyšší odborné vzdělání (viz graf 26).

Graf 26 Dosažené vzdělání respondentů

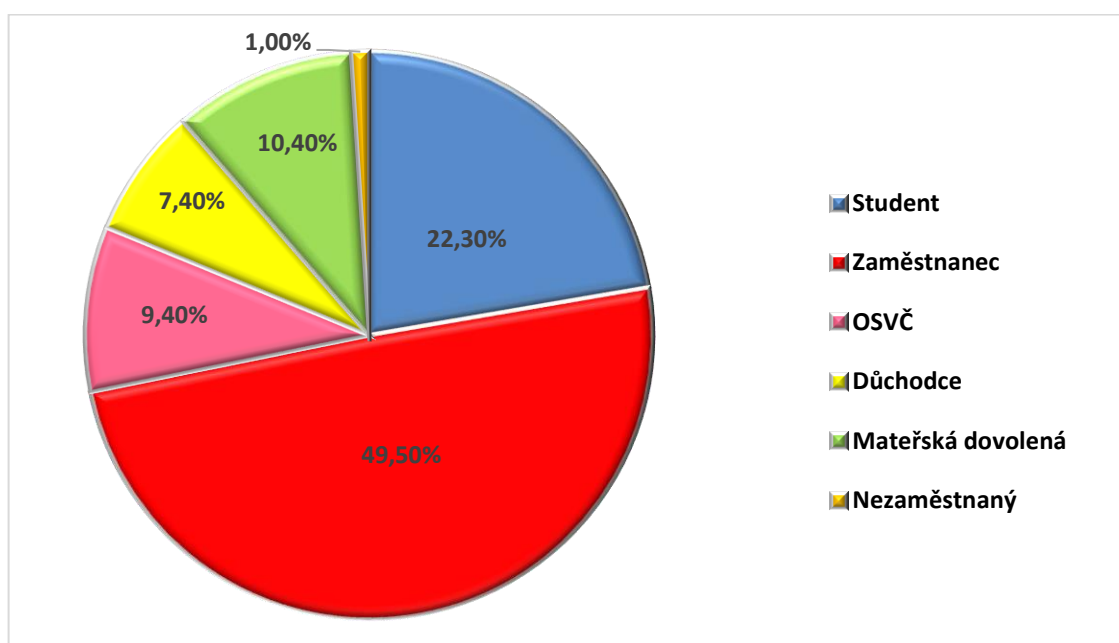


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 24 Společenský status ($n=202$)

Tato otázka identifikovala ekonomickou aktivitu respondentů. Největší skupinu (49,50 %) tvořili zaměstnaní respondenti. 22,30 % bylo studentů. 10,40 % byli dotazovaní na mateřské dovolené. 9,40 % tvořily osoby samostatně výdělečně činné. Nejméně zastoupenou skupinou byli nezaměstnaní (1 %) (viz graf 27).

Graf 27 Společenský status respondentů

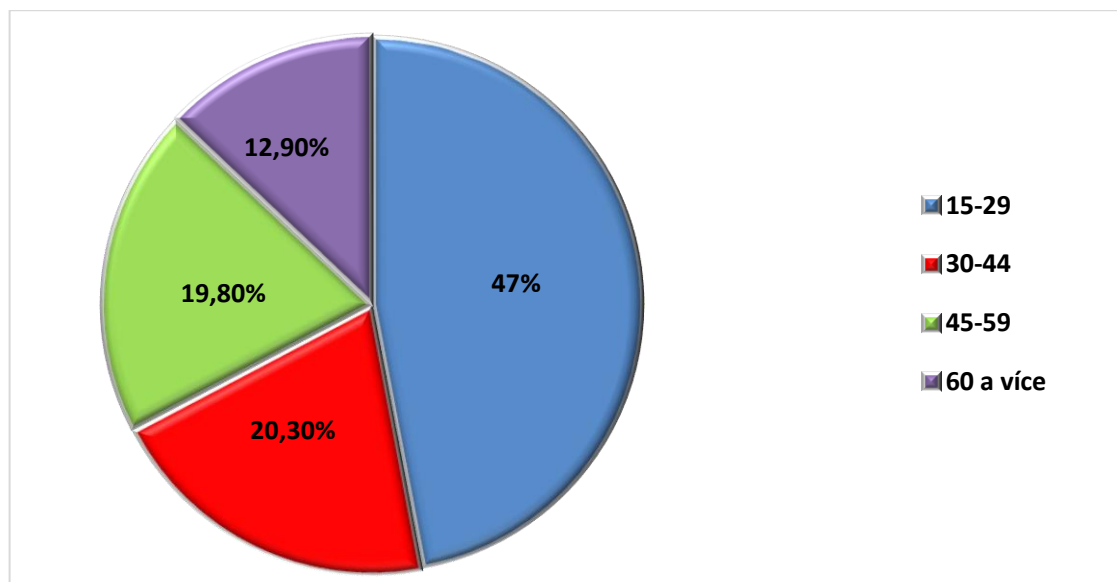


Zdroj: vlastní výzkum

Otázka č. 25 Váš věk ($n=202$)

Respondentů ve věkové skupině 15-29 let bylo 47 %. 20,30 % bylo ze skupiny ve věku 30-44 let. Respondenti ve věku 45-59 tvořili 19,80 %. Nejméně zastoupená byla skupina 60 let a více (12,90 %) (viz graf 28).

Graf 28 Věk respondentů



Zdroj: vlastní výzkum

4.1.1 Shrnutí výsledků

Na základě dotazníkového šetření a zpracování dat, je nyní možné vyhodnotit výsledky. Každý respondent si již alespoň jednou zakoupil oblečení či jiný textil z bavlny. Dle dotazníkového šetření je pro respondenty u bavlněných výrobků nejdůležitější kvalita a vzhled. Pozitivní vlastnosti vidí především v příjemnosti na nošení, savosti a odolnosti těchto výrobků. Při rozhodování o složení vláken, respondenti preferují kombinaci přírodních a syntetických vláken. Téměř polovina respondentů věděla o rozdílech u organické a konvenčně vypěstované bavlny. S tím souvisí i to, že více než polovina respondentů organickou bavlnu preferuje před „obyčejnou“. Pokud si kupují výrobky z organické bavlny, tak především spodní prádlo, dětské oblečení a trika.

Dále se dotazníkové šetření zaměřilo na znalost systému fair trade. Jak průzkum ukázal, systém zná nebo už o něm alespoň slyšelo 73 % dotázaných. V souvislosti s fair trade pak znají nejvíce kávu, čokoládu a kakao, dalšími pro ně známými produkty jsou cukr a čaj. Fairtradovou bavlnu zná 23,76 % respondentů. Neznámější značkou u těchto produktů je známka s černým pozadím FAIRTRADE®, Rainforest Alliance Certified a WFTO. Dále průzkum ukázal, že výrobky s certifikací fair trade dosud nakupovalo 54 %

respondentů, navíc 40 % plánuje s nákupem začít. Pro ty respondenty, kteří dosud výrobky nenakupovali, je hlavní bariérou nedostatek informací, kde takové výrobky koupit.

Bavlněné fair trade výrobky více než polovina respondentů dosud nezaznamenala. Ti, kteří si jich v nabídce prodejců již všimli nebo je kupují, tak především pod klasickou značkou FAIRTRADE®. A pokud jde o konkrétní výrobky, byly to hlavně trika a nákupní tašky. Tyto tašky čím dál více prodejců zahrnuje do své nabídky. Respondenti si jich nejvíce všimli v obchodním řetězci LIDL a hodnotí jejich vyžití pozitivně. Fairtradovou bavlnu by při nákupu upřednostnilo či spíše upřednostnilo 79 % respondentů. Ti, kteří by ji neupřednostnili, tak z důvodu jiných priorit, než je původ bavlny a opět z důvodu nevědomosti, kde výrobky koupit. Dotazovaní, kteří jsou využívání fairtradové bavlny nakloněni, by byli ochotni připlatit do 30 %. Celkově většina respondentů fair trade hodnotí pozitivně, ale dále se o něj bude zajímat pouze třetina respondentů.

4.2 Bavlněné výrobky z fairtradové a organické bavlny v obchodních řetězcích

Na základě informací z médií a osobních zkušeností, byly zvoleny tyto obchodní/oděvní řetězce: C&A, H&M, Marks & Spencer, Tchibo, Kaufland. Oděvní řetězce byly navštíveny v obchodním centru Chodov v Praze a obchodní řetězce byly navštíveny v Kladně. Během návštěvy jednotlivých provozoven byla pozornost zaměřena na nabídku produktů z bio/organické bavlny a fairtradové bavlny. A to včetně nabídky odnosných tašek, které již byly popsány v rámci literární rešerše této práce.

C&A MODA S.R.O.

V prodejně C&A najdeme oblečení pro muže, ženy i děti. Zadní část prodejny je věnována oblečení z bio bavlny. Už z dálky si lze tohoto oddělení povšimnout, díky látkovému poutači umístěnému v horní části stěny. Kromě dámských triček, dětského oblečení, zde najdeme i spodní prádlo pro děti i dospělé z bio bavlny. Dámské a pánské džíny na zadní vnitřní straně nesou označení „Cradle to Cradle Certified™“⁵ (viz obrázek 24).

⁵ Tato certifikace spolupracuje s Fashion for Good, což je světová platforma, která usiluje o to, aby džíny byly vyrobeny ze zcela udržitelných materiálů a v souladu s certifikací Cradle to Cradle Certified™. OŘ C&A je prvním, který džíny s touto certifikací nabízí (C & A Mode GmbH & Co., 2018).

Obchodní řetězec od roku 2018 disponuje internetovým obchodem pro Českou republiku, zatím je však v anglickém jazyce a ceny jsou uvedeny v eurech. V nabídce najdeme stejně jako v kamenné provozovně oblečení z bio bavlny, a to pro ženy, muže i děti. Informaci, zda jde o organickou bavlnu, najdeme po rozkliknutí jednotlivého produktu nebo přímo v sekci „Bio Cotton“. Standard, podle kterého je organická bavlna certifikována je GOTS a OCS⁶ (Organic Content Standard).

Řetězec C&A se v udržitelnosti velmi angažuje, na svých webových stránkách organickou bavlnu velmi podrobně popisuje, co je smyslem využívání organické bavlny: tedy změna k lepšímu, lepší budoucnost pro spotřebitele, a hlavně pro pěstitele této bavlny, ale také ochrana životního prostředí a ekologické zemědělství. Kromě udržitelnosti v podobě organické bavlny, se C&A snaží zachovávat udržitelnost i u prachového peří a kůže (C and A, n. d.).

Obrázek 24 Bio bavlněné oblečení v OŘ C&A



Zdroj: vlastní výzkum

⁶ OCS – Tento standard se vztahuje na kterýkoliv nepotravinářský výrobek, který obsahuje 95–100 % složení organického původu. Zda produkty mohou být takto označeny, ověřuje třetí strana, která zaručuje transparentní a komplexní hodnocení organických látek v produktech. Označení tímto standardem zaručuje, že výrobek obsahuje přesné množství daného ekologicky vypěstovaného materiálu. Dále standard zaručuje, že ve fázích zpracování, výroby, balení, označování a obchodování bude použito minimálně 95 % certifikovaných ekologických materiálů (Control Union, n.d.).

Na oblečení z bio bavlny najdeme visačku, na které je logo Bio Cotton Certified (viz obrázek 25).

Obrázek 25 Visačka na výrobcích z bio bavlny



Zdroj: vlastní výzkum

H&M ČESKÁ REPUBLIKA

Obchodní řetězec H&M má také ve svém sortimentu oblečení z bio bavlny. Tomuto oblečení je vyčleněna část prodejny stejně jako u OŘ C&A. Ovšem na ni není nijak upozorněno. Dalo by se říci, že se oblečení z bio bavlny ztrácí mezi ostatními. Do kolekce z organické bavlny patří především dětské oblečení, a to dupačky, pyžama, spodní prádlo, trika, tepláky, legíny a další. Dětské oblečení se často prodává v balení po dvou nebo pěti kusech (viz obrázek 26). U oblečení pro dospělé jsou to trika a topy, pánské spodní prádlo a pánské košile.

Obrázek 26 Dětské oblečení z bio bavlny v H&M



Zdroj: vlastní výzkum

Řetězec H&M také má svůj e-shop ovšem již v českém jazyce. Na hlavní straně však žádnou upoutávku na nabídku organické bavlny nenajdeme. Oblečení z bio bavlny zde najdeme v popisu po rozkliknutí konkrétního produktu. Nebo také pod řadou H&M CONSCIOUS (viz obrázek 27). Tato řada zaručuje oblečení vyrobené z udržitelných zdrojů. Pod touto řadou najdeme pro ženy, muže i děti téměř veškeré druhy oblečení. U dámského oblečení má převahu spodní prádlo a trika, tílka, topy a blůzy. U dětí je to převážně spodní prádlo a u mužů trika.

Webové stránky se na prezentaci organické bavlny zaměřují více. Stejně jako u řetězce C&A i zde jsou popsány výhody organické bavlny. Ale je zde přiblížen i problém s množstvím vody, které pěstování bavlny vyžaduje. H&M se zavázalo, že do roku 2020, veškerá bavlna v jejich nabídce bude pocházet z udržitelných zdrojů (About HM, n.d.).

Obrázek 27 Značka bio bavlny H&M Conscious



Zdroj: vlastní výzkum

TCHIBO

Tchibo se prezentuje svým trvale udržitelným podnikáním. Kromě prodeje kávy je součástí sortimentu i oblečení a bytový textil z organické a udržitelné bavlny. Těmto výrobkům není vyhrazen zvláštní prostor, jako tomu bylo v předchozích případech. Upozornění na tyto výrobky najdeme na závěsných poutacích ve výlohách prodejny a také na stojanech na informační letáky, který stojí před vchodem do prodejny. Výrobky vyrobené z udržitelných zdrojů jsou označeny zeleným logem zeměkoule s nápisem „GUT GEMACHT“ a podle druhu výrobku je přidána další certifikace. U oblečení to je GOTS ZERTIFIED (viz obrázek 28), u bytového textilu je označení MIT BIO-BAUMWOLLE (viz obrázek 29).

Na stránkách svého e-schopu, který je zároveň webovými stránkami, má Tchibo stránku věnovanou trvalé udržitelnosti. Zde prezentuje svou značku „GUT GEMACHT“, a to ve smyslu jaká pozitiva přináší produkty zakoupené právě s tímto logem. V rámci udržitelné bavlny zde odkazují na udržitelné textilie a stejně jako OŘ H&M zdůrazňuje úsporu vody výrobou bio bavlny. Dále zde popisují udržitelnou produkci kávy, bavlny, dřeva a jiných materiálů. Díky tomu se chrání životní prostředí a zlepšují sociální podmínky pěstitelů i pracovníků v továrnách. V této souvislosti v roce 2007 Tchibo vytvořilo program WE, jehož cílem je právě zlepšování sociálních a pracovních podmínek pracovníků v daných

lokalitách. Oblečení s logem udržitelnosti není v e-shopu zvlášť odděleno. Zda daný druh oblečení je vyroben z bio nebo udržitelné bavlny, zjistíme až po rozkliknutí detailu daného produktu. Zde potom vidíme loga GOTS či GUT GEMACHT a jiné (Tchibo, 2019).

Obrázek 28 Dětské oblečení s certifikací GOTS



Zdroj: vlastní výzkum

Obrázek 29 Ložní prádlo v Tchibo z organické bavlny



Zdroj: vlastní výzkum

MARKS & SPENCER

Maloobchodní jednotka v obchodním centru Chodov je rozdělena na dvě části, oblečení a potraviny. Zde najdeme potraviny s certifikací fair trade, UTZ, výrobky od místních farmářů, ale i výrobky pro vegetariány či celiaky nebo fairtradové řezané květiny. Organickou bavlnu či udržitelnou bavlnu najdeme hlavně v části s dětským oblečením. Na visáčkách nenajdeme přímo složení z organické bavlny, ale upozornění, že výrobek byl vyroben z odpovědné udržitelné bavlny (viz obrázek 30). Takto označeny jsou hlavně dětská trika a spodní prádlo. M&S nabízí také kosmetiku.

Stejně jako předchozí OŘ i tento se věnuje na svých webových stránkách udržitelnosti, a to zvláště udržitelnosti potravin, oblečení a domácnosti. U potravin je to z pohledu kvality, bezpečnosti, dobrých životních podmínek zvířat a další. Zde se na udržitelnost nahlíží z pohledu řízení kvality, a to formou auditů a testování výrobků. Dodavatelé jsou povinni splnit normy a standardy kvality, bezpečnosti, životního prostředí a sociálních podmínek. Cílem M&S bylo do března 2019 nabízet veškeré bavlněné oblečení z bio nebo udržitelné bavlny. Jak uvádějí, tento cíl byl splněn. Do roku 2025 je dalším cílem navýšit podíl

fairtradových a udržitelných zdrojů na 25 %. Vzhledem k tomu, že M&S nemá vlastní pěstitele ani továrny na výrobu bavlněných výrobků, je často obtížné vysledovat koupi organické bavlny (Corporate Mark and Spencer, 2019).

Na stránkách internetového obchodu příliš informací o udržitelnosti nenajdeme. Stejně jako u předchozích obchodních řetězců informací, zda jde o produkt z organické bavlny, zjistíme po rozkliknutí detailu konkrétního produktu. Nejčastěji jde o spodní prádlo a dětské oblečení.

Obrázek 30 Vizí Marks & Spencer je udržitelná bavlna⁷



Zdroj: vlastní výzkum

KAUFLAND ČESKÁ REPUBLIKA, V.O.S.

Z textilních výrobků patří do stálé nabídky pouze dětský textil. Další nabídku představují pravidelné prodejní akce. Dětské oblečení najdeme pod značkou Kuniboo® (viz obrázek 31). Značku lze poznat díky pestrým barvám a veselému potisku na balení výrobků. Tato značka zaručuje, že oblečení bylo vyrobeno z organické bavlny a většina dětského oblečení je také označena standardem GOTS. Pod touto značkou se prodává dětské spodní prádlo, oblečení, ale i dětské ložní prádlo. Díky malým otvorům na balení, je možné si materiál před koupí osahat. Vzhledem k tomu, že Kaufland odpovídá za koncept této značky, je na každém balení označení „Exclusively by Kaufland“.

Dle akční nabídky zde najdeme bytový textil, vyrobený z organické bavlny. Jedná se především o ložní prádlo, ručníky, utěrky a další (viz obrázek 32). Většina výrobků je

⁷ Poznámka na visačce říká, že „jdeme cestou k tomu, aby náš styl byl udržitelnější a my se cítili dobře. Děkujeme za podporu zodpovědně získané bavlny“.

označena standardem GOTS. Tyto výrobky se prodávají pod vlastní značkou K-Classic a prezentují vysokou kvalitou za výhodnou cenu.

Kaufland nemá vlastní internetový obchod. Ovšem na svých webových stránkách v sekci „Člověk a příroda“ najdeme informace o tom, jak se Kaufland zapojuje do udržitelnosti. To znamená, že nenabízí zboží, které vede ke klimatickým změnám a devastování přírody, naopak se snaží o zachování moří a dobrých podmínek pro chování zvířat. Kaufland také podporuje regionální dodavatele a neustále svůj sortiment rozšiřuje o fairtradové výrobky. Oblečení a bytový textil najdeme pod vlastními značkami s certifikátem GOTS, což zaručuje ekologicky pěstovanou bavlnu a sociálně zodpovědnou výrobu produktů (Společnost Kaufland, 2019).

Obrázek 31 Dětské oblečení Kuniboo®



Zdroj: vlastní výzkum

Obrázek 32 Textil z organické bavlny



Zdroj: vlastní výzkum

LIDL

Stejně jako u obchodního řetězce Kaufland, je i Lidl primárně zaměřen na prodej potravin a potřeb do domácnosti. Textilní výrobky zde najdeme pouze v akčních nabídkách, které jsou vždy v pondělí a ve čtvrtek. Určité druhy dětského oblečení značky Lupilu® bývají označeny certifikací GOTS, kterou najdeme na zadní straně balení oblečení (viz obrázek 33).

U tohoto obchodního řetězce jsou webové stránky spojené s e-shopem. V sekci společenská odpovědnost zjistíme informace u udržitelnosti sortimentu, udržitelného nákupu obalu, květin, ovoce a zeleniny a další. Jsou zde také popsány jednotlivé standardy a certifikace, které se na výrobcích objevují. Pro bavlněné oblečení je to certifikace GOTS. Uniformy zaměstnanců jsou vyrobeny z fairtradové a organické bavlny. Kromě udržitelného sortimentu klade důraz i na ochranu životního prostředí a to tím, že se snaží snižovat spotřebu elektřiny, využívat odpadní teplo nebo používání přírodních chladiv (Lidl, 2019).

Obrázek 33 Dětské oblečení s certifikací GOTS



Zdroj: vlastní výzkum

4.2.1 Shrnutí nabídky organické bavlny v obchodních řetězcích

Cílem analýzy prodejců organické a fairtradové bavlny bylo zjistit, jak si stojí vybrané obchodní řetězce s nabídkou těchto produktů. Všechny sledované obchodní řetězce disponují webovými stránkami a internetovým obchodem, kromě Kauflandu, kde výrobky z organické bavlny prezentují. A ačkoliv je organická bavlna u spotřebitelů čím dál oblíbenější, žádný řetězec ji na svých webových stránkách nebo e-shopu neprezentuje na hlavní stránce. U Lidlu a Kauflandu je to jistě dáno tím, že jsou primárně zaměřeny na potraviny. Ovšem ani u ostatních vybraných oděvních řetězců to není jinak. Informace o udržitelné bavlně se vždy skrývají pod záložkou udržitelnost nebo společenská odpovědnost. Velmi podrobně pak organickou bavlnu prezentují OŘ C&A a Tchibo. A to z pohledu ekologického pěstování, omezení spotřeby vody, zajištění sociálních podmínek pěstitelů a pracovníků v továrnách. Jistě tomu nasvědčuje i fakt, že právě tyto

dva OŘ jsou největšími prodejci výrobků z organické bavlny na světě. Z jiného pohledu se pak na udržitelnost dívá řetězec M&S, a to z pohledu řízení kvality produktů. U organické bavlny si pak stanovuje za cíl zvýšení podílu prodeje výrobků z organické bavlny. Trochu složitěji dohledatelné informace o organické bavlně a udržitelnosti obecně jsou v případě webových stránek Kauflandu. Informace najdeme pod jednotlivými vlastními značkami nebo v sekci Člověk a příroda, která však není součástí hlavní strany.

Co se týče e-shopů informace o výrobcích z organické bavlny je vždy v jednotlivých sekcích pro ženy, muže a děti. Zde si potom můžeme zvolit přímo kategorii Bio Cotton u řetězce C&A či H&M Conscious a poté jsou nám k dispozici pouze výrobky z organické bavlny. Ovšem u Tchiba a M&S takovou možnost nemáme a druh bavlny, ze které byl daný kus oblečení vyroben, zjistíme až po rozkliknutí detailu. U e-shopu řetězce Lidl, tuto informaci máme možnost vidět hned na přehledu produktů pro jednotlivé kategorie, v detailu produktu je pak popsáno přímo složení produktu a v případě certifikace doplněna její charakteristika.

Z této analýzy je patrné, že organická bavlna se již do sortimentu řetězcových prodejen dostala. Naproti tomu fairtradová bavlna, zde ještě příliš zastoupena není, i když řetězce si dávají za cíl začít fairtradovou bavlnu v nadcházejících letech nabízet.

4.3 Návrhy a doporučení

Jak již bylo řečeno výše, obchodní řetězce v následujících letech chtějí nabídku fairtradové bavlny rozšiřovat. Současná nabídka je spíše zaměřena na organickou bavlnu, a i ta se často ztrácí mezi běžnou bavlnou. Jak ukázal i průzkum, spotřebitelé často nemají dostatek informací, kde tyto výrobky koupit. Proto bych řetězcům navrhovala, aby se nejen ve svých provozovnách, ale také v internetových obchodech zaměřily na prezentaci a propagaci těchto výrobků. U fairtradové bavlny bych začala vysvětlením, co je systém fairtrade. Co nákup bavlněných fairtradových výrobků přinese spotřebitelům a naopak, co spotřebitelé nákupem přinesou pěstitelům a také jaká pozitiva sebou bude přinášet tento systém do budoucna (úspora vody, ochrana životního prostředí a další). Domnívám se totiž, pokud spotřebitel nezná tento koncept, nebude bavlnu s certifikací fairtrade mezi ostatními druhy bavlny vyhledávat. Myslím, že pokud spotřebitelé pochopí princip fair trade, budou více motivováni ke koupi těchto bavlněných výrobků. Jistě by bylo vhodné i vysvětlení, jaké společné znaky má fair trade a organická bavlna, neboť organická

bavlna je nyní spotřebitelům bližší a také jak jsou tyto bavlny odlišné od té běžné. Pro toto objasnění bych volila vytvoření stránky na webu prodejců, případně formu vydání tiskové zprávy, kde by tyto podstatné náležitosti byly vysvětleny. Jistě by bylo také vhodné uvádět značky, pod kterými si takové zboží lze koupit s vysvětlením, jaké je složení produktu pod danou značkou. To potom spotřebitelům při návštěvě provozoven může usnadnit dohledání těchto fairtradových bavlněných produktů. Pokud řetězce disponují internetovým obchodem, zvolila bych cestu oddělené nabídky pro fairtradové bavlněné výrobky tak, jak to již dělá například oděvní řetězec C&A v případě bio bavlny. Pokud řetězce svým zákazníkům nabízejí tištěné letáky i zde by mohla být například jedna strana věnována pouze těmto výrobkům.

Pro lepší prezentaci v provozovnách oděvních řetězců bych volila vyčlenění samostatného prostoru v rámci provozovny, kde by byla nabídka těchto produktů. Pro lepší orientaci by zde mohly být nástěnné polepy s fairtradovou „bavlněnou“ tematikou, která by spotřebitele upoutala hned po vstupu do prodejny. Součástí této propagace by mohly být i závěsné poutače ve výlohách.

Vzhledem k tomu, že obchodní řetězce fairtradové bavlněné výrobky nabízejí pouze v akčních nabídkách a nemají je nikterak odděleny od výrobků s běžnou bavlnou, navrhovala bych jim, aby vytvořily dvě „sekce“ bavlněných výrobků. Jedna část by byla pro výrobky z běžné bavlny a druhá pro výrobky z fairtradové a organické bavlny. Tyto výrobky by se mohly stát stálou součástí sortimentu, aby měl spotřebitel delší čas a větší šanci produkty alternativního způsobu obchodu zaregistrovat. Tato část by mohla být prezentována pomocí závěsných poutačů nad „koši“, ve kterých jsou většinou tyto produkty nabízeny nebo vhodnou dekorací na čelech těchto košů. V rámci kooperace obchodních nebo oděvních řetězců by mohla být vytvořena společná kampaň, která by upozorňovala na fair trade bavlněné výrobky. Spotřebitelé by tak snadněji mohli výrobky zaregistrovat.

4.4 Vyhodnocení hypotéz

Hypotéza č. 1: Většina respondentů by při výběru upřednostnila nebo spíše upřednostnila výrobky z fairtradové bavlny.

H₀: $\pi = 0,5$

H_A: $\pi > 0,5$

$\alpha = 0,05$

>prop.test (116,202,p=0.5,alternative="g")

1-sample proportions test with continuity correction

data: 116 out of 202, null probability 0.5

X-squared=4.1634, df=1, p-value=0,02065

Alternative hypothesis: true p is greater than 0.5

95 percent confidence interval:

0.513989 1.0000000

Sample estimates:

0.5742574

p-value < α

Na základě hladiny významnosti $\alpha=0,05$ zamítáme hypotézu H_0 ve prospěch alternativní hypotézy, která říká, že v případě výběru fairtradovou bavlnu upřednostní či spíše upřednostní většina respondentů.

Hypotéza č. 2: Důvodem, proč nekupují fairtradové výrobky z bavlny je malá dostupnost.

K vyhodnocení této hypotézy byla použita tabulka četností v rámci popisné statistiky.

Tabulka 1 Četnosti faktorů zvyšující poptávku po fair trade bavlněných výrobcích

Faktory	Absolutní četnost	Relativní četnost	Kumulativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nižší cena	59	0,16	59	0,16
Vyšší dostupnost	103	0,28	162	0,44
Širší nabídka produktů	86	0,24	248	0,68
Větší propagace	78	0,21	326	0,98
Větší zájem škol	39	0,1	365	0,99
Jiné	3	0,008	369	1
Celkem	365	1	X	X

Zdroj: vlastní zpracování

Dle tabulky č. 1 je zřejmé, že respondenti nejčastěji jako faktor, který by podle nich zvýšil poptávku po bavlněných výrobcích, uváděli vyšší dostupnost těchto výrobků. Hypotézu tedy můžeme potvrdit.

Hypotéza č. 3: Většina respondentů je ochotna respektovat do 30 % navýšení ceny u fairtradových bavlněných výrobků

H₀: $\pi = 30$

H_A: $\pi \geq 30$

$\alpha = 0,05$

>prop.test (90,202,p=0.3,alternative="l")

1-sample proportions test with continuity correction

data: 90 out of 202, null probability 0.3

X-squared=19.689, df=1, p-value=1

Alternative hypothesis: true p is less than 0.3

95 percent confidence interval:

0,0000000 0,5058815

Sample estimates: 0.4455446

p-value > α

Na základě hladiny významnosti $\alpha = 0,05$ nelze zamítnout hypotézu H_0 . Lze tedy říci, že respondenti jsou ochotni respektovat navýšení ceny do 30 %.

5 ZÁVĚR

Koncept fair trade se stává čím dál významnějším, a to pro obě „strany“. Pěstitelé v zemích globálního Jihu dostávají příležitost, jak se uživit vlastní prací a zajistit svým rodinám důstojné sociální podmínky. Spotřebitelé globálního Severu zase mají možnost nakupovat lepší, kvalitnější a k životnímu prostředí šetrnější výrobky s vědomím, že podpořili pěstitele a zemědělce. Jedním z takových produktů je i bavlna, jedna z nejvýznamnějších zemědělských komodit.

Na českém trhu je spíše než fair trade bavlna, více zastoupena organická bavlna. Ta spotřebitelům zaručuje, že byla vypěstována dle zásad ekologického zemědělství a nebyla zde použita žádná chemická hnojiva. Českým spotřebitelům přestává být jedno, z čeho je jejich oblečení vyrobeno, a tak organickou bavlnu upřednostňují před konvenčně vypěstovanou a zpracovanou. Spotřebitelé, kteří jsou tomuto druhu bavlny nakloněny, se ji do svého běžného života snaží co nejvíce zapojit, a to i tím, že v obchodních řetězcích dávají přednost látkovým taškám z organické nebo fairtradové bavlny na místo jednorázových tašek, které jsou velkou zátěží pro přírodu.

Fairtradová bavlna si místo u českých spotřebitelů stále ještě hledá a prodejci si dávají závazky, že její podíl ve své nabídce v nadcházejících letech zvýší. Pro spotřebitele jsou známější spíše fairtradové potraviny, jako káva, čokoláda, kakao nebo čaj. Spotřebitelé mají o tuto bavlnu zájem, neboť jak uváděli v dotazníkovém šetření, většina by ji v případě možnosti výběru upřednostnila. Nejčastější bariérou, proč ji nenakupují, je podle nich malá dostupnost. Spotřebitelé by byli i ochotni si za tuto bavlnu připlatit. V současné době je fairtradová bavlna dostupná ve specializovaných prodejnách a internetových obchodech. V obchodních řetězcích se prosazuje zatím spíše organická bavlna. Avšak prodejci ji nijak zvláště neprezentují. V následujících letech by prodejci chtěli organickou bavlnou zcela nahradit běžnou bavlnu a také se více zaměřit na bavlnu s certifikací fair trade.

Cílem této práce bylo analyzovat a zhodnotit postoje spotřebitelů k organické a fairtradové bavlně a také analyzovat nabídku prodejců. Lze tedy říci, že čeští spotřebitelé mění svůj životní styl, zaměřují se na organickou bavlnu a kvalita je pro ně velmi důležitá. Systém fair trade většina zná nebo o něm již slyšela, hodnotí jej pozitivně a třetina respondentů se o něj bude i nadále zajímat. Fairtradová bavlna se do povědomí spotřebitelů již také dostala. Obchodní řetězce se zaměřují v prvé řadě na organickou a

udržitelnou bavlnu, jejíž podíl chtějí i nadále zvyšovat a stejně tak chtějí rozšiřovat sortiment bavlněných výrobků s certifikací fair trade. Obchodní i oděvní řetězce by se měly především zaměřit na prezentaci a propagaci fair trade bavlněných výrobků. V první řadě by měly spotřebitele informovat o konceptu fair trade a objasnit mu, v čem spočívá tento alternativní způsob obchodu a následně jim formou propagace ukázat, že takové výrobky nabízejí. Proto by tyto výrobky v prodejnách měly být umístěny samostatně, aby spotřebiteli „nesplývaly“ s ostatními, a naopak je mohl spotřebitel co nejnaději v nabídce řetězců rozpoznat.

I SUMMARY A KEYWORDS

The fair trade is an idea about alternative way of trade and better living conditions for farmers from poor areas. Thanks to fair trade, farmers get fair wages for their work, their children can visit schools, women have the same opportunities as men and more. System fair trade guarantees a minimum purchase price for their farmers. More than one million of farmers on the world cultivate fair trade cotton, so cotton is one of the most significant commodities in system fair trade. Another kind of cotton is organic cotton, which is grown under conditions of organic agriculture.

The aim of my thesis is analyze the situation of fair trade and organic cotton on the Czech market from perspective of consumer behavior and seller's offer.

This work is divided in two parts. The theoretical part deals with system fair trade, cultivation and production of cotton generally, organic and fair trade cotton. Following there are describe standards for small fair trade cotton producers, textile standard and standard for getting the market Fairtrade Cotton Program TM. There are presented some czech producers of organic cotton and stories of fair trade cotton farmers.

The practical part is based on questionnaires, on analysis of data and processing of results. The results of questionnaires showed views and opinions of Czech consumer about cotton. Futhermore there were analyse offers of organic and fairtrade cotton in selected retail chains.

Keywords: fair trade, cotton, organic cotton, cultivate, standards, producers of fair trade and organic cotton,

II SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literární zdroje

Hunt, J. (2012). *Fair trade*. Raintree publishers. [e-book]. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?id=zMmQMfUnbYYC&printsec=frontcover&dq=fairtrade&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwjli8Wt6KHeAhWnKlAKHVg8CO4Q6wEIOjAC#v=onepage&q=fairtrade&f=false>

Internetové zdroje

Abeceda zahrady.cz (2019). *Bavlník barbadoský (keřovitý)*. Dostupné z: <https://abecedazahrady.dama.cz/katalog-rostlin/bavlnik-barbadosky-kerovity>

About hm. (n.d.). *Cotton*. Dostupné z: <https://about.hm.com/en/sustainability/sustainable-fashion/materials/cotton.html>

AMWA ORGANIC. (n.d.). *O nás*. Dostupné z: <http://www.amwa.cz/o-nas>

AMWA. (n.d.). *Výroba konvenčního textilu*. Dostupné z: <http://www.amwa.cz/clanky/konvencni-bavlna/zpracovani-bavlny>

Ayres, C. (5. června 2015). *Green Garage. 13 Main Advantages and Disadvantages of GMOs*. Dostupné z: <https://greengarageblog.org/13-main-advantages-and-disadvantages-of-gmos>

Ayres, C. (n.d.). *Vittana.org. 24 Advantages and Disadvantages of GMOs*. Dostupné z: <https://vittana.org/24-advantages-and-disadvantages-of-gmos>

Bio-info.cz. (n.d.). *Co je to Fair Trade?*. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/co-to-je-fair-trade>

Business Finance Articles. (7.listopadu 2018). *Top 10 Largest Cotton Producing Countries in World*. Dostupné z: <https://businessfinancearticles.org/cotton-producing-countries>

C and A. (n.d.). *Bio Cotton*. Dostupné z: <https://www.c-and-a.com/cz/cz/corporate/company/trvala-udrzitelnost/bio-cotton/>

C and A. (16.srpna 2018). *C&A představuje nejvíce udržitelné džíny na světě*. Dostupné z: https://www.c-and-a.com/cz/cz/corporate/fileadmin/user_upload/Corp_Comms/Press_Releases/C2C_Gold_Jeans/CZECH-PR_C2C_Gold_Denim.pdf

C-and-a. (22.února 2017). *Společně ochráníme přírodu*. Dostupné z: https://www.c-and-a.com/cz/cz/corporate/fileadmin/user_upload/Assets/3_Newsroom/CS_CZ/Press_release_Together_for_our_environment_CZ.pdf

Control Union. (n.d.). *OCS 100 - ORGANIC CONTENT STANDARD*. Dostupné z: <https://certifications.controlunion.com/en/certification-programs/certification-programs/ocs-100-organic-content-standard>

Corporate. Mark and Spencer. *Cotton*. (n.d.). Dostupné z: <https://corporate.marksandspencer.com/sustainability/clothing-and-home/product-standards/raw-materials-commodities/cotton>

Cotonea. (n.d.). *Über Cotonea*. Dostupné z: <https://about.cotonea.de/ueber-cotonea/>

Dvorský, J. & Urban, J. (2014). *Základy ekologického zemědělství*. 2. vydání. ÚKZÚZ. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/410563/EKO_zemedelstvi_2014.pdf

eAGRI. (n.d.). *GM plodiny – pěstování geneticky modifikovaných plodin*. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/roslinna-vyroba/gmo-geneticky-modifikovane-organismy/?fullArticle=1>

Ekozemědělství. (n.d.). *Nářízení rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91*. Dostupné z: http://www.ekozemedelstvi.cz/files/soubory/834_2007.pdf

Fairtrade Canada. (2019). *Fairtrade Sourced Ingredient*. Dostupné z: <http://fairtrade.ca/en-CA/For-Business/Ways-of-working-with-Fairtrade/Fairtrade-Sourced-Ingredient>

Fairtrade Cotton – Presentation for Vik. (n.d.). *Partnering with FAIRTRADE*. Dostupné z: https://cdn.shopify.com/s/files/1/0002/6735/4178/files/Fairtrade_Cotton_-_Presentation_for_Vik.pdf?17175704885654001424

Fairtrade Česko a Slovensko. (2009). Dostupné z: <https://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fairtrade/historie>

Fairtrade Česko a Slovensko. (2018). *Bavlna*. Dostupné z: <https://www.fairtrade-cesko.cz/#!/produkty/vyrobky-se-znamkou-fairtrade/bavlna>

Fairtrade Česko a Slovensko. (n.d.). *Plné znění 10 principů fair trade podle wfto*. Dostupné z: <https://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fair-trade/principy/plne-zneni>

Fairtrade Česko a Slovensko. (n.d.). *Standardy Fairtrade*. Dostupné z: <https://www.fairtrade-cesko.cz/fairtrade/standardy-fairtrade/>

Fairtrade Česko a Slovensko. (n.d.). *Známka fairtrade*. Dostupné z: <https://www.fairtrade-cesko.cz/fairtrade/fairtrade-znamka-nove-schema/>

Fairtrade Foundation. (2019). *Agrocel Pure & Fair Cotton Growers, Indie*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.org.uk/Farmers-and-Workers/Cotton/Agrocel-Pure-and-Fairtrade-Cotton-Growers-Association>

Fairtrade Foundation. (2019). *Chetna Organic Agriculture Producer Company Ltd, Indie*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.org.uk/Farmers-and-Workers/Cotton/CHETNA-ORGANIC-AGRICULTURE-PRODUCER-COMPANY-LTD>

Fairtrade Foundation. (2019). *Krishnan Sianathan – Agrocel India*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.org.uk/Farmers-and-Workers/Cotton/Kirshnan-Sainathan>

Fairtrade Foundation. (2019). *Massatoma Mounkoro – Mobiom, Mali*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.org.uk/Farmers-and-Workers/Cotton/Massatoma-Mounkoro>

Fairtrade International. (2019). *Certifying Fairtrade*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/certifying-fairtrade.html>

Fairtrade International. (2019). *Cotton*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/products/cotton.html>

Fairtrade International. (n. d.). *Fairtrade International Sustainable Fibre Criteria*. Dostupné z: https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/2016-06-14_SustainableFibreCriteria.pdf

Fairtrade International. (2019). *Fairtrade Sourcing Program – An Overview*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/fairtrade-sourcing-programs/fsp-overview.html>

Fairtrade International. (2016). *Fairtrade Standard for Fibre Crops for Small Producer Organizations and Traders*. Dostupné z: https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/FibreCrops_SPO_EN.pdf

Fairtrade Internationl. (2016). *Fairtrade Textile Standard*. Dostupné z: https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/TextileStandard_EN.pdf

Fairtrade International. (2018). *Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade*. Dostupné z: https://www.fairtrade.org.uk/~/_media/FairtradeUK/What%20is%20Fairtrade/Documents/Policy%20and%20Research%20documents/Monitoring%20reports/Fairtrade%20Monitoring%20Report_9thEdition%202016.pdf

Fairtrade International. (2019). *The Fairtrade Cotton Program*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/fairtrade-sourcing-programs/fsp-cotton-mark.html>

Fairtrade Interntional. (2019). *Using the Fairtrade Marks*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/the-fairtrade-marks/using-the-fairtrade-mark.html#c8966>

FLOCERT.net. (n.d.). *It's a Great Time to Be a Fair Trader!*. Dostupné z: <https://www.flocert.net/>

Garten.cz. (n.d.). *Bavlník chlupatý (Gossypium hirsutum)*. Dostupné z: <https://www.garten.cz/forum/vt/cz/6129-bavlnik-chlupaty-gossypium-hirsutum/>

Global Standard. (23. května 2017). *The Standard*. Dostupné z: <https://www.global-standard.org/the-standard/50-the-standard.html>

How made.com. (2019). *How products are made. Cotton*. Dostupné z: <http://www.madehow.com/Volume-6/Cotton.html>

IFOAM. (2014). *The IFOAM Norms for Organic Production and Processing*. Dostupné z: https://www.ifoam.bio/sites/default/files/ifoam_norms_july_2014_t.pdf

ISAAA. (2017). *Global Status of Commercialized Biotech/GM Crops in 2017: Biotech Crop Adoption Surges as Economic Benefits Accumulate in 22 Years*. Dostupné z: <https://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/53/download/isaaa-brief-53-2017.pdf>

Kaufland Stiftung & Co. KG. (29.ledna 2019). *Kaufland nabízí svým zákazníkům nákupní tašku z bio bavlny*. Dostupné z: <https://spolecnost.kaufland.cz/pro-novinare/tiskova-sdeleni/tiskova-sdeleni-detail.y=2019.m=01.n=nakupni-taska-z-biobavlny.html>

- Lets be green. (2019). *Prečo je BIO bavlna lepšia?*. Dostupné z: <https://www.letsbegreen.sk/eko-blog/preco-je-bio-bavlna-lepsia>
- Lidl. (2019). *Společenská odpovědnost*. Dostupné z: <https://www.lidl.cz/cs/Spolecenska-odpovednost.htm>
- Mediář. (2.ledna 2018). *Lidl nabízí k odnosu nákupu látkovou tašku*. Dostupné z: <https://www.mediar.cz/lidl-nabizi-k-odnosu-nakupu-latkovou-tasku/>
- NaZemi.cz. (n. d.). *Fairtrade*. Dostupné z: <https://www.nazemi.cz/cs/fairtrade>
- Na Zemi.cz. (2016). *Malé nahlédnutí do podmínek pěstování bavlny*. Dostupné z: <https://www.nazemi.cz/cs/male-nahlednuti-do-podminek-pestovani-bavlny>
- Retail news. (březen 2016). *Trvalá udržitelnost v dm*. Dostupné z: <https://retailnews.cz/wp-content/uploads/2016/03/Mark%C3%A9ta-Kajabov%C3%A1-dm.pdf>
- Social Accountability International. (2019). *SA 8000 Standard*. Dostupné z: <http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&PageID=1689>
- Společnost Kaufland. (2019). *Trvale udržitelný sortiment*. Dostupné z: <https://spolecnost.kaufland.cz/clovek-priroda/trvale-udrzitelny-sortiment.html>
- SZIF. (5.2.2018). *Obecné informace k pěstování geneticky modifikované odrůdy*. Dostupné z: https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_stazeni%2Ffpis%2Fepgmo%2F1517822773906.pdf
- Škola textilu. (n.d.). *Tkaniny bavlnářského typu*. Dostupné z: <http://www.skolertextilu.cz/elearning/446/textilni-terminologie-zboziznalstvi/tkaniny/Tkaniny-bavlnarskeho-typu.html>
- Textile Exchange. (2018). *Organic Cotton Market Report*. Dostupné z: <https://textileexchange.org/downloads/2018-organic-cotton-market-report/>
- Tchibo. (2019). *Trvalá udržitelnost a společenská odpovědnost v Tchibo*. (n.d.). Dostupné z: <https://www.tchibo.cz/trvala-udrzitelnost-a-spolecenska-odpovednost-v-tchibo-c400069086.html>
- V říši látek. (6.října.2016). *Pletenina, úplet, tričkovina, jersey...jaký je v nich rozdíl!*. Dostupné z: <http://vrisilatek.cz/pletenina-uplet-trickovina-jersey-jaky-je-v-nich-rozdil/>

WFTO.com. (2018). *WFTO Code of Practice*. Dostupné z: <https://wfto.com/our-path-fair-trade/wfto-code-practice>

WFTO.com. (2018). *Definition of Fair Trade*. Dostupné z: <https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>

Wikipedia.org. (2018). *Bavlník*. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Bavln%C3%ADk>

World Atlas. (1.srpna 2017). *The Leading Cotton Exporting Countries in the World*. Dostupné z: <https://www.worldatlas.com/articles/the-leading-cotton-exporting-countries-in-the-world.html>

III SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

WFTO – World Fair Trade Organisation

FLO – Fairtrade Labelling Organisation

IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements

M&S – Marks and Spencer

IV SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

Seznam obrázků

Obrázek 1 Logo WFTO (World Fair Trade Organisation).....	9
Obrázek 2 Klasická známka FAIRTRADE®	10
Obrázek 3 Známká pro kakao.....	10
Obrázek 4 Známká pro růže.....	10
Obrázek 5 Známká pro bavlnu.....	11
Obrázek 6 Bavlník chlupatý.....	11
Obrázek 7 Bavlník po odkvětu	12
Obrázek 8 Bavlník barbadoský.....	13
Obrázek 9 Stroje na třídění bavlněných vláken od semen.....	14
Obrázek 10 Světoví producenti organické bavlny v roce 2017	20
Obrázek 11 Oblasti pěstování fairtradové bavlny za rok 2016.....	23
Obrázek 12 Sociální prémie pro pěstitele bavlny v letech 2015–2016.....	24
Obrázek 13 Značka pro produkci.....	26
Obrázek 14 Umístění značek FAIRTRADE® a Fairtrade Cotton Program™.....	28
Obrázek 15 Známká Fairtrade Cotton Program.....	29
Obrázek 16 Logo společnosti Chetna Organic Agricultural Producers Company Ltd...	30
Obrázek 17 Logo společnosti AMWA ORGANIC	32
Obrázek 18 Značka COTONEA na bavlněných výrobcích.....	33
Obrázek 19 Odnosná nákupní taška obchodního řetězce LIDL	34
Obrázek 20 Odnosná taška obchodního řetězce Kaufland	35
Obrázek 21 Odnosná látková taška v drogerii DM Drogerie Markt.....	35
Obrázek 22 Odnosná taška v obchodním řetězci H&M	36
Obrázek 23 Odnosná taška v obchodním řetězci C&A ČESKÁ REPUBLIKA.....	36
Obrázek 24 Bio bavlněné oblečení v OŘ C&A	60
Obrázek 25 Visačka na výrobcích z bio bavlny	61
Obrázek 26 Dětské oblečení z bio bavlny v H&M.....	62
Obrázek 27 Značka bio bavlny H&M Counscious.....	63
Obrázek 28 Dětské oblečení s certifikací GOTS	64
Obrázek 29 Ložní prádlo v Tchibo z organické bavlny.....	65
Obrázek 30 Vizí Marks & Spencer je udržitelná bavlna	66

Obrázek 31 Dětské oblečení Kuniboo®.....	66
Obrázek 32 Textil z organické bavlny.....	67
Obrázek 33 Dětské oblečení s certifikací GOTS	68

Seznam grafů

Graf 1 Největší producenti GM bavlny v roce 2017	17
Graf 2 Nejvýznamnější světoví producenti bavlny v letech 2017-2018 (v tis. MT)	21
Graf 3 Největší exportéři bavlny v letech 2017–2018 (v tis. MT)	22
Graf 4 Hodnocení faktorů při výběru textilních/oděvních výrobků	40
Graf 5 Preference vláken	41
Graf 6 Vlastnosti bavlněných výrobků	42
Graf 7 Znalost rozdílu mezi bio bavlnou a konvenčně vyprodukovanou bavlnou	43
Graf 8 Preference výrobků z organické bavlny	43
Graf 9 Preferované výrobky z organické bavlny	44
Graf 10 Fair trade.....	45
Graf 11 Fairtradové produkty	46
Graf 12 Značky fair trade.....	47
Graf 13 Snaha o podporu fairtradových výrobků	47
Graf 14 Důvody, proč fairtradové výrobky respondenti nekupují.....	48
Graf 15 Výrobky z fair trade bavlny.....	49
Graf 16 Konkrétní výrobky z fair trade bavlny	50
Graf 17 Odnosné tašky z organické a fairtradové bavlny.....	51
Graf 18 Zhodnocení odnosných tašek	51
Graf 19 Preference oblečení s certifikací fair trade	52
Graf 20 Důvody, proč oblečení s certifikací fair trade respondenti nenakupují.....	53
Graf 21 Ochota připlatit za fair trade bavlněné výrobky	53
Graf 22 Zvýšení poptávky po fairtradových bavlněných výrobcích	54
Graf 23 Vnímání fair trade.....	55
Graf 24 Další zájem o fair trade.....	55
Graf 25 Pohlaví respondentů	56
Graf 26 Dosažené vzdělání respondentů	57
Graf 27 Společenský status respondentů	57
Graf 28 Věk respondentů.....	58
Graf 29 Vývoj cen bavlny v letech 1990–2018 (v amerických centech za libru)	85

Seznam tabulek

Tabulka 1 Četnosti faktorů zvyšující poptávku po fair trade bavlněných výrobcích 72

V SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: Standard pro organizace malých pěstitelů bavlny

Příloha 2: Fairtrade Textile Standard

Příloha 3: Vývoj cen bavlny

Příloha 4: Dotazník

Příloha č. 1 STANDARD PRO ORGANIZACE MALÝCH PĚSTITELŮ BAVLNY

Tento standard je rozdělen do čtyř částí: obecné požadavky, obchod, výroba a obchod a rozvoj.

Obecné požadavky.

Všichni vlastníci produktů s certifikací Fairtrade jsou auditováni a certifikováni. Neexistují dodatečné (specifické) požadavky pro certifikaci, značení a balení. Semena bavlníků jsou z komerčně pěstovaných druhů bavlníků.

Obchod

Tato část se zabývá požadavky při prodeji produktů s označením FAIRTRADE®. Veškerá bavlna obsažená ve výrobcích musí pocházet od certifikovaných pěstitelů. Bavlněnou vatu je povoleno vyrábět z 20 % z bavlny bez certifikace Fairtrade. Fairtrade International vyžaduje, aby všechny subjekty v dodavatelském řetězci dodržovaly vnitrostátní právní předpisy. Pokud vnitrostátní předpisy nejsou v souladu s mezinárodními předpisy, musí se subjekty řídit předpisy mezinárodními. Každý subjekt, který převezme do vlastnictví fair trade bavlnu ke zpracování a výrobě fair trade výrobků musí před začátkem zpracovávání a výroby a před tím, než mu bude udělen certifikát prokázat, že splňuje následující požadavky: pracovní doba, žádná nucená dětská práce, svoboda a ochrana práv, žádná diskriminace, minimální mzdy, zákaz zaměstnávání dětí, bezpečnost a ochrana při práci a další. Pokud subjekty používají subdodavatele pro zpracování nebo výrobu včetně vyzrňování, spřádání, tkaní nebo pletení, musí subjekt prokazovat, že i tento subdodavatel splňuje požadavky popsané výše. Že tyto požadavky splňuje, musí subjekt předkládat každé dva roky. Každý subjekt dodavatelského řetězce musí také splnit následující podmínky, a to: být členem organizace WFTO, mít certifikát SA 8000⁸ a doklad o účasti nadace Fair Wear. Každé dva roky také musí předložit zprávu o sociálním auditu. Je-li zjištěna nějaká neshoda, pokračování v dodavatelském řetězci pod certifikací Fairtrade, může být odmítnuto. Po zjištění neshod musí subjekt předložit plán pro nápravná opatření.

⁸ Certifikát SA 8000 je certifikátem o společenské odpovědnosti pro organizace po celém světě. Byl vytvořen společností Social Accountability International v roce 1997. Standard se mimo jiné zabývá pracovními podmínkami v různých odvětvích. Je rozdělen do devíti částí, z nichž některé jsou: dětská práce, zdraví a bezpečnost, pracovní doba a další (Social Accountability International, 2019).

Výroba

Tato část se zabývá etickými a udržitelnými pěstitelskými postupy, které jsou shodné pro všechny pěstované fair trade produkty. Co se týče pracovních podmínek je zde uvedena podmínka výplaty mzdy přímo ženám, nikoliv jejich mužům.

Obchod a rozvoj

Před každou sklizní musí být obnovovány plány zásobování. Výrobce může vyrábět produkt v souladu s certifikací Fairtrade, ale kupující ho koupí bez certifikace. Úprava ceny a Fairtrade Premium se platí v případě, že prodávající výrobek prodá s certifikací. Stejně tak to platí pro osivo. Předfinancování je možné na žádost pěstitele. Může být předfinancováno až 60 % sklizně. Předfinancování musí být k dispozici šest týdnů před zahájením sklizně. V případě pěstování na zakázku (v Indii a Pákistánu) fair trade minimální cena je i minimální cenou placená registrovaným producentům. Propagačnímu subjektu může být dáno 0,04 EUR z kila z prodejní ceny (Fairtrade International, 2016).

Příloha č. 2 FAIRTRADE TEXTILE STANDARD

Obecné požadavky a závazky fair trade

Tato část zahrnuje požadavky týkající se certifikace, určení podmínek účasti v systému fair trade, závazky vůči hodnotám fair trade, systém řízení celého dodavatelského řetězce textilií, dodržování předpisů (zapojení pracovníků, každoroční hodnocení rizik, podávání zpráv o interních auditech, poskytování pracovníkům výsledky hodnocení rizik a další). Veškeré subjekty vyrábějící textilní výrobky fair trade se zavazují k dodržování hodnot fair trade, transparentnosti a systému řízení dodavatelského řetězce textilií.

Zodpovědnost pro společnost

- Poskytování informací pracovníkům o jejich právech – všichni pracovníci mají právo znát svá práva a povinnosti
- Povědomí pracovníků o fair trade – zvyšování povědomí o fair trade na všech úrovních pracovníků včetně seniorů, nekvalifikovaných pracovníků i dočasných pracovníků
- Školení o legislativě – pracovníci odborů musí znát legislativu. Školení se koná jedenkrát za rok, o školení musí být provedeny záznamy včetně všech aktivit v rámci školení
- Rozvoj dovedností – pracovníkům je umožněno se rozvíjet dle osobních potřeb a dovedností
- Vzdělávání žen – ženám je umožněno se vzdělávat na školení a profesně růst
- Zajištění spravedlnosti – podpora znevýhodněných a menšinových skupin
- Další podpora – společnost poskytuje pro děti svých pracovníků jesle přímo v místě společnosti

Pracovní podmínky

- Zákaz diskriminace – zákaz diskriminace na základě rasy, pohlaví, postižení, rodinného stavu, věku, náboženství, politické náklonosti, zákaz fyzických a duševních trestů, zákaz šikanování
- Zákaz nucené práce – společnost nedovolí nucenou práci, nedobrovolnou ani neziskovou práci. S tím související zabírání platu nebo majetku pracovníků
- Zákaz dětské práce a ochrana dětí – zákaz práce dětí pod 18 let, zákaz účasti dětí na práci, která ohrožuje jejich zdraví, bezpečnost nebo morálku
- Vzdělávání mládeže – společnost vytvoří praxe pro mladé pracovníky, včetně programu a mzdy

- Mzdy – společnost musí stanovit plat dle právních a odvětvových předpisů CBA, či stanovit mzdu podle průměrné regionální mzdy. Mzda musí být specifikována pro všechny zaměstnanecké pozice. Mzda musí být vyplácena pravidelně a musí být zaznamenávány všechny důležité informace
- Pracovní doba – pracovníci musí pracovat maximálně 8 hodin denně, tedy 48 hodin týdně. Přesčas je přípustný pouze výjimečně, musí být dobrovolný a nesmí se pravidelně opakovat. Hodiny odpracované přesčas nesmí překročit 12 hodin za týden nebo 3 měsíce za rok. Podle právních předpisů musí společnost pracovníkům umožnit přestávku na jídlo a pití.
- Bezpečná práce pro těhotné a kojící ženy – těhotné a kojící ženy nemohou vykonávat práci, který by mohla ohrozit jejich zdraví nebo zdraví dítěte, ženám je zakázána i práce v noci
- Pracovní smlouva – pracovní smlouva musí být uzavřena s každým pracovníkem. Náležitostmi smlouvy jsou: popis práce, pracovní doba, platba mzdy, regulace přesčasů, sociální dávky, placená dovolená, výpovědní lhůta a další.
- Bezpečnost a ochrana zdraví při práci – společnost musí minimalizovat rizika a provádět kontroly tak, aby byla co nejvíce zajištěna bezpečnost pracovníků. Místa s potenciálním nebezpečím musí být označena značkami i piktogramy, stroje a zařízení musí být vybaveny bezpečnostním zařízením (ochranné kryty), bezpečné zacházení s chemikáliemi. Společnost musí mít konkrétního pracovníka, který se zabývá právě bezpečností práce. Společnost je také povinna pravidelně vyhodnocovat a posuzovat rizika a následně o nich zpracovávat zprávu. Společnost také zajistí odpočinkové prostory a jídelny, toalety s pitou vodou, převlékací místnosti oddělené pro muže a ženy.

Životní prostředí

- Řízení nebezpečných látek – zákaz procesů, které jsou vysoce nebezpečné pro životní prostředí nebo lidské zdraví, zákaz používání toxických organických i anorganických chemikálií pro uchovávání textilií, zákaz používání chromových solí pro stálost barev
- Odpadní voda – společnost provádí pravidelnou analýzu odpadní vody
- Emise do ovzduší – regulace emisí z výrobních operací, ventilací, fyzického a chemického znečištění, vytvoření zařízení pro snižování hluku, pachů a vibrací. Mezi znečišťující látky patří také nátěry a barvy, tisk a sušení

- Spotřeba energie – společnost je povinna co nejefektivněji snižovat spotřebu energie pomocí systému pro měření spotřeby energie
- Odpad – společnost zodpovídá za třídění odpadu podle předpisů daného regionu. Prázdné nádoby se třikrát vyplachují. Všechna zařízení, která byla v kontaktu s pesticidy a jinými chemikáliemi musí být řádně očištěny a skladovány.

Obchod

Zajistí, aby výrobek značky Fairtrade Production byl vyroben za podmínek fair trade v každé fázi dodavatelského řetězce:

- Složení výrobku – produkt v certifikovaném dodavatelském řetězci musí být vyroben ze stoprocentní fair trade bavlny, nebo z bavlny fair trade a dalších bavlněných látek, které splňují kritéria fair trade :
 - a) *Výrobek z fair trade bavlny* – výrobek pochází od producentů a dodavatelského řetězce, kde všechny články jsou certifikované normou Fairtrade Textile Standard. Výjimkou jsou vedlejší komponenty jako ozdoby, knoflíky, spony pokryté textilním materiálem, nitě štítky, dekorace a další.
 - b) *Výrobek obsahující fair trade bavlnu a ostatní bavlněná vlákna* – výrobek musí obsahovat nejméně 50 % fair trade bavlny, pro pracovní oděvy a pro uniformy je to 30 % fair trade bavlny. Vlákna jiná, než bavlna mohou obsahovat syntetická, umělá nebo přírodní vlákna. Takovými produkty mohou být polštáře, džíny nebo ponožky. Pokud je dodavatelský řetězce ve všech článcích certifikován podle normy Fairtrade Textile Standard, může konečný výrobek využívat značku FAIRTRADE® pro bavlnu.
 - c) *Výrobky obsahující odpovědná vlákna jiné než fair trade* – výrobky vyrobené z jiných, než fair trade vláken mohou být prodávány pod značkou FAIRTRADE®, pokud splňují kritéria fair trade a jsou zařazena v seznamu odpovědných vláken. A stejně jako u předešlých možností, pokud jsou certifikovány všechny články dodavatelského řetězce, konečný výrobek může také tuto známku využívat.

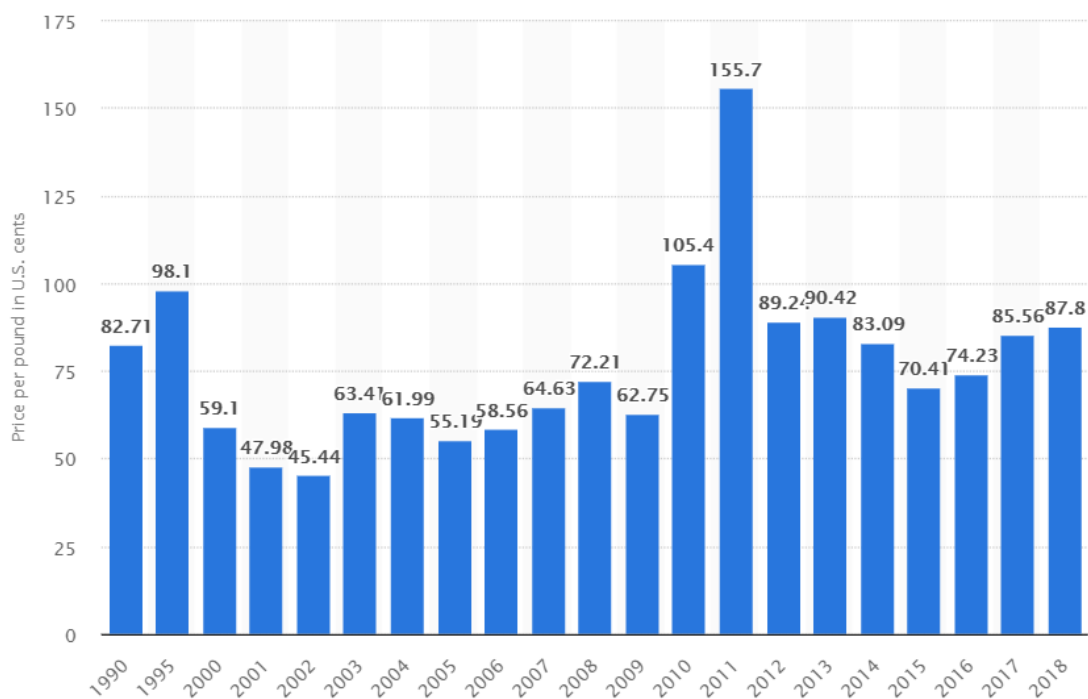
Odpovědnými vlákny se rozumí taková vlákna, která splňují socioekonomickou a enviromentální udržitelnost. Fairtrade International schválila následující vlákna pro použití v rámci Fairtrade Textile Standard. Jsou to vlákna pod označením „Cotton made in Africa“ (iniciativa pomáhající africkým pěstitelům bavlny); „European Union Organic Program“ (na základě

směrnice Rady EU o ekologickém zemědělství) a poslední je „United States Department of Agriculture“ (na základě národního programu vyvíjející předpisy pro organickou výrobu a prosazování ekologických produktů) (Fairtrade International, n. d.).

- d) *Vícesložkové textilie a netextilní výrobky z fair trade bavlny* – tato skupina výrobků musí obsahovat pouze fair trade bavlnu. Smíchaná ani jiná odpovědná vlákna nesmí být použita se značkou FAIRTRADE®. Do této skupiny patří produkty z bavlny v kombinaci se dřevem, kůží, peřím nebo kovem.
- Obchodní smlouvy – cílem je zajistit transparentnost obchodních vztahů. Plně certifikovaný dodavatelský řetězec se udrží, pokud se budou výrobky prodávat pouze subjektům certifikovaných podle normy Fairtrade nebo budou mít smlouvu se společností Fairtrade International;
 - Nákup osiva – nákup komerčně pěstovaných druhů bavlníků;
 - Používání ochranný známek FAIRTRADE® – zajistí, aby ochranná známka FAIRTRADE® byla používána odpovědným způsobem;
 - Požadavky na vlastníky značky – kupující, který iniciuje objednávku, se zaváže plnit požadavky fair trade na základě závazné smlouvy s dodavatelem, který dodržuje Fairtrade Textile Standard (Fairtrade International, 2016).

Příloha č. 3 VÝVOJ CEN BAVLNY A FAIR TRADE BAVLNY

Graf 29 Vývoj cen bavlny v letech 1990–2018 (v amerických centech za libru⁹)



Zdroj: www.statista.com

⁹ 1 libra = 0,454 kg

Příloha č. 4 SPOTŘEBITELSKÝ DOTAZNÍK

Dotazník

Dobrý den, jmenuji se Michaela Fučíková a studuji Ekonomickou fakultu na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás poprosila o vyplnění tohoto dotazníku, který se týká bavlněných výrobků s certifikací fair trade. Vaše data jsou zcela anonymní a budou použita pouze pro zpracování mé diplomové práce na téma „Fairtradová bavlna na českém trhu“. U každé otázky prosím označte pouze jednu odpověď, pokud není uvedeno jinak.

Děkuji za vyplnění tohoto dotazníku.

Fair trade je spravedlivý obchod, který umožňuje lidem z nejchudších oblastí světa užít se vlastní prací a zajišťuje jim důstojné životní podmínky. Mezi principy fair trade patří například zákaz dětské práce, ochrana životního prostředí, spravedlivá cena (pěstitelé dostanou spravedlivou výkupní cenu) a další. V současné době existují více než 2 miliony fairtradových pěstitelů a výrobců. Více o programu fair trade se můžete dočíst na: www.fairtrade.net

A. O BAVLNĚ OBECNĚ A ORGANICKÁ BAVLNA

1. Jaké faktory jsou pro Vás obecně důležité při výběru textilních/oděvních výrobků? (Každý faktor prosím ohodnoťte; 1 - nejdůležitější, 5 - nejméně důležitý)

Cena	1	2	3	4	5
Kvalita	1	2	3	4	5
Značka	1	2	3	4	5
Složení	1	2	3	4	5
Vzhled	1	2	3	4	5
Země původu	1	2	3	4	5

2. Jaká textilní vlákna preferujete?

- Přírodní
- Syntetická
- Kombinace přírodních a syntetických vláken

3. Jaké vlastnosti přikládáte výrobkům z bavlny?

_____ (prosím uveďte)

4. Na trhu jsou dostupné také výrobky z organické (bio) bavlny.

Dokážete určit rozdíl mezi bio bavlnou a konvenčně vyprodukovanou bavlnou?

- Ano, bio bavlna pochází z geneticky nemodifikovaných bavlníků, osivo se chemicky neošetřuje, k přípravě půdy se využívají přírodní hnojiva, zdravá půda se udržuje rotováním plodin a jiné
- Neshledávám v nich rozdíl
- Ne, nevím, jaký je mezi nimi rozdíl

5. Pokud máte na výběr, volíte raději výrobky z organické bavlny?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne *(Pokračujte otázkou č. 7)*
- Ne *(Pokračujte otázkou č. 7)*

6. U jakých výrobků upřednostňujete organickou bavlnu?

_____ (prosím uveďte)

B. FAIR TRADE

7. Znáte fair trade?

- Ano, znám poměrně dobře
- O programu fair trade jsem slyšel/a, ale více informací jsem si o něm dosud nezjišťoval/a
- Ne, neznám *(pokračujte otázkou č. 20)*

8. Jaké fair trade produkty znáte? (Možno označit více odpovědí)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Ovoce | <input type="radio"/> Med |
| <input type="radio"/> Káva | <input type="radio"/> Nápoje |
| <input type="radio"/> Čokoláda a kakao | <input type="radio"/> Rýže |
| <input type="radio"/> Bavlna | <input type="radio"/> Koření a bylinky |
| <input type="radio"/> Květiny | <input type="radio"/> Víno |
| <input type="radio"/> Cukr | <input type="radio"/> Jiné |
| <input type="radio"/> Čaj | _____ |
| <input type="radio"/> Zlato | (prosím uveďte) |

9. Jaké značky si v souvislosti s prodejem fair trade výrobků vybavíte?

(Možno označit více odpovědí)



10. Snažíte se podporovat fair trade nákupem výrobků?

- Ne
- Doposud ne, ale po přečtení úvodního textu se o fair trade výrobky začnu zajímat
- Ano, ale ne pravidelně *(pokračujte otázkou č. 12)*
- Ano, nakupuji *(pokračujte otázkou č. 12)*

11. Z jakého důvodu fairtradové výrobky nekupujete? *(Možno označit více odpovědí)*

- Vysoká cena
- Nízká kvalita
- Nevím, kde takové výrobky koupit
- Nevyhovují mi takové výrobky

C. FAIR TRADE BAVLNA

12. Zaregistrovali jste v nabídce prodejců výrobky z fair trade bavlny?

Pokud ano, jak byly označeny? (Možno označit více odpovědí)

- Ano, byly označeny značkou FAIRTRADE®



- Ano, byly označeny značkou Fairtrade cotton program



- Ano, byly označeny značkou WFTO



- Nevím (pokračujte otázkou č. 14)
- Dosud jsem nezaregistroval/a (pokračujte otázkou č. 14)
- Jiné _____ (prosím uveďte)

13. O jaké konkrétní výrobky se jednalo?

_____ (prosím uveďte)

14. Zaregistrovali jste již v nabídce obchodních řetězců odnošné tašky

vyrobené z organické a fairtradové bavlny?

- Ano, již jsem tašky zaregistroval/a u obchodních řetězců _____ (prosím uveďte)
- Dosud jsem odnošné tašky nezaregistroval/a (pokračujte otázkou č. 16)

15. Vnímáte využívání odnosných tašek z organické a fairtradové bavlny jako pozitivní?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

16. Pokud byste měli možnost výběru, upřednostnili byste nákup oblečení z bavlny s certifikací fair trade?

- Ano *(pokračujte otázkou č. 18)*
- Spíše ano *(pokračujte otázkou č. 18)*
- Spíše ne
- Ne

17. Proč nákup z bavlny s certifikací fair trade neupřednostňujete?

_____ (prosím uveďte)

18. Kolik procent byste byli ochotni připlatit za fair trade bavlněné výrobky?

- Do 30 %
- Do 50 %
- Více než 50 %
- Nejsem ochoten/na připlatit

19. Co by podle Vás zvýšilo poptávku po bavlněných fair trade výrobcích?

(Možno označit více odpovědí)

- Nižší cena
- Vyšší dostupnost
- Širší nabídka těchto produktů
- Větší propagace (televize, radio, noviny, ...)
- Větší zájem škol (výuka zahrnující témata fairtrade, umístování automatů s fair trade výrobky – sušenky, čokoláda; zapojení škol do projektu „Férová snídane“, ...)

Jiné _____

(prosím uveďte)

20. Jak celkově vnímáte systém fair trade?

- Pozitivně
- Spíše pozitivně
- Spíše negativně
- Negativně

21. Budete se o fair trade více zajímat?

- Ano
- Nevím
- Ne

22. Vaše pohlaví

- Žena
- Muž

23. Nejvyšší dosažené vzdělání

- Základní
- Odborné s výučním listem
- Středoškolské s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

24. Společenský status

- Student
- Zaměstnanec
- OSVČ
- Důchodce
- Mateřská dovolená
- Nezaměstnaný

25. Váš věk

- 15-29
- 30-44
- 45-59
- 60 a více