

Univerzita Palackého v Olomouci

Cyrlometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Mezinárodní humanitární a sociální práce

Pavla Kotíková

Případová studie: Dopady certifikace Fairtrade na družstvo Coobana

Využití sociálního přímia jako prostředek pro rozvoj komunity

Diplomová práce

vedoucí práce: Ing. Mgr. Květoslava Princová, Ph.D.

2017

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a že jsem všechny použité informační zdroje uvedla v seznamu literatury.

Ráda bych poděkovala vedoucí práce paní Ing., Mgr. Květoslavě Princové, Ph.D., za odborné vedení práce, trpělivost a motivaci při dokončení studia. Díky patří také všem, kteří umožnili vznik praktické části, zejména fairtradovému družstvu Coobana z Panamy. V neposlední řadě bych chtěla vyjádřit díky rodině a blízkým, kteří mě podporovali po celou dobu studia.

Obsah

Úvod	7
1. Fair trade	12
1.1 Historie hnutí fair trade	12
1.1.1 Poválečná solidarita.....	12
1.1.2 Dekolonizační období	13
1.1.3 80. léta a první certifikace	14
1.1.4 Certifikace Fairtrade	15
1.2 Principy Fairtrade	15
1.2.1 Způsob obchodu fair trade	16
1.2.2 Vytváření příležitostí pro producenty.....	16
1.2.3 Stanovené minimální výkupní ceny	17
1.2.4 Sociální prémium.....	18
1.2.5 Přímý prodej od producentů	18
1.2.6 Transparentní a dlouhodobé vztahy.....	18
1.2.7 Předfinancování.....	19
1.2.8 Demokratická organizace	19
1.2.9 Udržitelná produkce	19
1.2.10 Zákaz dětské práce	20
1.2.11 Rovnost příležitostí a svoboda shromažďování.....	20
1.2.12 Pracovní podmínky	20
1.2.13 Budování kapacit	21
1.3 Systém certifikace Fairtrade	21
1.3.1 FLO International.....	21
1.3.2 FLO-CERT	21
1.3.3 Standardy Fairtrade.....	22
1.3.4 Průběh certifikace	22
1.3.5 Měření dopadů spravedlivého obchodu	23
1.4 Kritika fair trade	24
1.5 Institucionální podpora myšlenky fair trade	25
1.5.1 Cíle udržitelného rozvoje.....	26
2. Mezinárodní obchod	28
2.1 Banánový obchod	28
2.2 Role obchodních řetězců	29
2.2.1 Neférové obchodní praktiky	29

2.3	Podmínky a problémy spojené s produkcí na plantážích.....	30
2.3.1	Monokulturní způsob pěstování.....	30
2.3.2	Pracovní podmínky	31
2.4	Od teorie k praxi.....	32
2.4.1	Teorie změny	33
2.4.2	Cíle Fairtrade	34
2.4.3	Klíčové principy a Intervence.....	36
2.4.4	Proces změny.....	37
2.4.5	Sociální prémium v teorii změny	38
3.	Výzkum	40
3.1	Metodologie	41
4.	Dopady konceptu fair trade na vybrané družstvo Coobana.....	43
4.1	Historie družstva a mezinárodní spolupráce.....	43
4.2	Koncept družstevnictví.....	44
4.3	Definice družstva.....	44
4.4	Družstevní hodnoty a principy	45
4.5	Certifikace Fairtrade.....	47
4.6	Používání sociálního prémia v družstvu Coobana	47
4.6.1	Sociální projekty	49
4.6.2	Projekty životního prostředí	52
4.6.3	Investiční projekty	54
4.7	Dopady projektů družstva Coobana	56
4.7.1	Příjmy domácností a životní standardy	56
4.7.2	Potravinová bezpečnost	58
4.7.3	Přístup k základním službám	59
4.7.4	Environmentální udržitelnost a klimatická změna	60
Závěr	63	
Seznam použitých tabulek a schémat	64	
Seznam použitých zkratk	64	
Seznam použité literatury	65	

Úvod

Každý z nás mnohokrát za den vytáhne peněženku. Několikrát denně si vybíráme, jaké budeme jíst jídlo, jaké si koupíme oblečení nebo vybereme dárek. S každou touto volbou ukazujeme, že podporujeme určitý druh obchodu, praktiky a myšlenky, které stojí za daným výrobkem. Za některými produkty se skrývá tradiční řemeslo, jinde dětská práce, nekvalitní suroviny, neférové obchodní praktiky nebo vykořisťování. Celý svět je dnes vlastně jedna velká propojená vesnice. Tento trend můžeme zaznamenávat zejména v posledních dvaceti letech, kdy jsme technologiemi propojení s kýmkoliv a kdekoliv, probíhá masová migrace lidí, létáme na druhou stranu světa a jsou tam smazané pomyslné hranice. Pád komunismu ve východní Evropě zapříčinil vzrůstající konsenzus na uspořádání ekonomiky podle západního neoliberalního modelu – dle takzvaných washingtonských dohod. Původ těchto tendencí vidíme ale už v historii zejména během 18. a 19. století za velké průmyslové revoluce, kdy zaznamenáváme velké firmy se zahraničním přesahem. Podíváme-li se dnes na některé nadnárodní firmy, jsou mnohdy svými obraty srovnatelné s menšími nezávislými zeměmi. Jeden z výsledků globalizace je právě to, že jakožto spotřebitelé máme neustálé spojení se světem, kdykoliv si vzpomeneme. V některých případech to může mít pozitivní dopad, ale existují také stinné stránky. V mnoha zemích bylo upuštěno od tradičních sociálních systémů a vzrůstající dominance nadnárodních hráčů přinesla svoje důsledky, zejména nárůst globálních nerovností.

V současné době, když se projdeme po obchodech nebo bistroch, není těžké si všimnout, že se společnost v oblasti konzumu mění a jsou zde jisté trendy. Lidé se ptají, odkud pochází jejich jídlo, jak bylo vyprodukováno a zda se dodržovaly ekologické standardy. Sami obchodníci a firmy si toho také všimli. S nárůstem důležitosti konceptu společenské odpovědnosti firem se více výrobců a producentů přiklání k označování vlastních produktů jako bio, eko, fěr či domácí. Obyčejný spotřebitel tak má při nákupu další indicii, podle které se může orientovat. Nicméně je důležité zmínit, že logo na produktu není vždy zárukou toho, že produkt je takový, co o sobě říká.

V 90. letech jsme byli svědky velkého rozmachu supermarketů a bylo třeba od sebe odlišit různá označení. Právě v tu dobu se institucionalizovala certifikace Fairtrade, která je předmětem zkoumání této práce. Myšlenka fair trade (FT) je v překladu spravedlivý obchod a ustálená poučka zní, že: „Je to způsob obchodu, který dává lidem ze zemí Asie, Afriky a Latinské Ameriky možnost užít se vlastní prací za důstojných podmínek.“ Samotné hnutí

vníklo již po 2. světové válce, ale jasnější formu a strukturu dostalo až v pozdějších letech, kdy vznikla organizace World Fair Trade Organization (WFTO) a Fairtrade International (FI). Fair trade přichází jakožto mechanismus založený na trhu, který si dává za cíl zlepšit životní podmínky producentů v rozvojových zemích. Fair trade se stal v západních zemích pojmem pro malé obchodníky, velké řetězce, akademiky, novináře i organizace a instituce typu Organizace spojených národů (OSN) a Evropské Komise (EK). Fair trade se snaží řešit klíčové problémy v narůstajícím neregulovaném prostředí mezinárodního obchodu tím, že dává důraz na potřeby producentů a stejně tak potřeby spotřebitelů i korporací. Fair trade je způsob obchodu. Není to charita ani čistá pomoc nebo filantropie. Fair trade usiluje o rozložení zodpovědnosti mezi všechny články řetězce, což by mělo vést k vymanění lidí z chudoby (Fairtrade International, [online]). Rozlišujeme mezi myšlenkou spravedlivého obchodu, která bývá označena s malými písmeny fair trade a samotnou certifikací, která se označuje dohromady velkými písmeny nebo alespoň prvním písmenem: Fairtrade.¹ Organizace Fairtrade International, která tuto certifikaci zaštiťuje má jasně danou strategii, jak je třeba dosáhnout kýžených změn a jakými nástroji jich lze dosahovat. Důležitým dokumentem je zde Fairtrade Theory of Change (ToC), kde se jasně vymezují oblasti, ve kterých je třeba pracovat, aby byly splněny cíle a vize organizace, které jsou zaměřeny na drobné pěstitelé a pracovníky, jež dostávají zapláceno za svoji práci a mohou vést udržitelný život. Fair trade si dává za cíl pomocí obchodních praktik navrátit důstojnost lidem z rozvojových zemí. Zároveň se systém fair trade opírá o prvky rozvojové spolupráce – například v důrazu na capacity building, naplňování potřeb lidí nebo rozvíjení komunity. Tento systém je ale také vnímán jako ohrožení klasického pojetí obchodu a je mnohými ekonomy kritizován za to, že narušuje neviditelnou ruku trhu. Do systému fair trade se zapojují producenti zemědělských plodin, zejména kávy, kaka, čaje, cukrové třtiny a ovoce. Dále se spravedlivý obchod týká také řemeslných a rukodělných výrobků. Lidé jsou většinou sdruženi do menších organizací, družstev nebo i velkých asociací.² Aby byl systém jasný, účinný a kontrolovatelný, stojí na několika principech. Jedním z hlavních a nejdůležitějších principů je sociální prémium. To se vyplácí podle obchodované komodity, na základě stanoveného úzu. Právě tyto peníze mohou producenti využít zcela dle svého uvážení. Ať už do rozvoje produkce, do vlastního vzdělávání nebo do komunitních projektů. Důležité je, že se na

¹ Samotnému názvosloví je věnován odstavec na konci úvodu.

² Kuapa Kokoo je kakaové družstvo v Ghaně specializující se na produkci kaka. Specifikem tohoto družstva je jeho velikost. V současné době má Kuapa Kokoo více než 1200 členů, Kuapakokoo, ([online]) dostupné z: <https://www.kuapakokoo.com/about/us>

této investici musí shodnout jako celek, dle demokratického hlasování. Nejčastěji je toto sociální prémium používáno na investice do produkce, druhé nejčastější použití je na servis a zlepšení podmínek farmářů a třetí příčku obsazují komunitní projekty. (Fairtrade International, [online]) Pro představu objemu této částky se jedná například o dolar za každou krabici banánů.

Tato práce se věnuje jednomu konkrétnímu družstvu. Družstvo Coobana se nachází v severovýchodní oblasti Panamy a obchoduje s banány. Družstvo je zapojeno do systému fair trade a používá certifikaci Fairtrade, která si dává za cíl změnit nastavení mezinárodního obchodu. Cílem této práce je zanalyzovat, jak konkrétní družstvo naplňuje strategii Fairtrade Theory of Change v pilíři sociálního přímia a ověřit nebo zpochybnit její účinnost a funkčnost. Výzkumnou otázkou je, jak je v tomto družstvu používán sociální příplatek a jaký dopad má existence družstva na jeho zaměstnance a místní komunitu. Hlavní hypotézou práce je, že sociální příplatek v rámci systému fair trade je nástroj pro budování kapacit lidí v rozvojových zemích. Práce se dívá na sociální příplatek jako na nástroj pro zlepšování podmínek lidí v komunitě jak uvnitř, tak i mimo fairtradové družstvo. Případová studie je zaměřená na zkoumání použití příplatku družstva Coobana od doby, kdy vyšel dokument Theory of Change v platnost, tedy od roku 2014 do roku 2016.

V první kapitole je popsán systém fair trade a jeho myšlenkové ukotvení a historický vývoj. Důležitou kapitolou je nastavení certifikace Fairtrade a její principy. Vzhledem k tomu, že se práce věnuje konkrétní případové studii z o

blasti pomezí Střední a Jižní Ameriky, je třeba se podívat na tendence vývoje politické a socioekonomické situace. Práce se dívá na koncept fair trade také v kontextu rozvojové spolupráce a druhé dekády 21. století, kdy vznikly pod záštitou OSN Cíle udržitelného rozvoje a vyznačují 17 oblastí, na kterých je třeba do roku 2030 pracovat, aby se udržitelnost stala realitou. V další části práce je popsán konvenční mezinárodní obchod a jeho negativní důsledky. Kapitola se věnuje liberalizaci obchodu, globalizaci a nastavení podmínek pro rozvojové země, a to zejména v oblasti produkce banánů, na které se zkoumané družstvo zaměřuje. Další kapitola analyzuje strategický dokument Fairtrade International Theory of Change a zkoumá jeho jednotlivé faktory a indikátory pro naplnění vize spravedlivého obchodu. Druhá polovina práce předkládá případovou studii, která vychází z teoretického základu první části a zabývá se konkrétním příkladem fairtradového družstva, jeho historií a současností. Případová studie mohla vzniknout díky pracovní cestě do družstva Coobana,

kteřé jsem navštívila v létě roku 2016. Metodologie práce stojí na analýze, práci s primárními zdroji, kvalitativních rozhovorech s pracovníky a vedoucími družstva a pozorování. Rozhovory byly prováděny přímo v místě působení družstva, mohla jsem se tak dostat ke konkrétním realizovaným projektům. Dalším zdrojem jsou materiály a dokumenty družstva, které byly zpřístupněny pro účel práce. Primárním zdrojem jsou také strategické dokumenty organizace Fairtrade International, jejímž členem Coobana je, a tak tu existuje přímá linka na realizaci těchto strategických dokumentů a uvádění teorie do praxe.

Diplomová práce může sloužit jako ukázka toho, jak se sociální příplatek používá v praxi a jaký má dopad na komunitu. Nicméně vzhledem k tomu, že každé družstvo je specifické svojí historií, ekonomickými podmínkami v regionu nebo přístupem na trh, nedá se předkládaný výzkum zobecnit a generalizovat. Předkládaná práce může sloužit jako ukázka dobré praxe a může motivovat další zakladatele družstev, potažmo sociálních podniků a v neposlední řadě může být přínosem pro spotřebitele, kteří zvažují, zda je vůbec důležité a přínosné výrobky s logem spravedlivého obchodu kupovat.

Literatura k tématu spravedlivého obchodu se rozšiřuje na základě většího a globálního přesahu celé myšlenky. Fair trade se stal předmětem mnoha akademických studií a věnovalo se mu také mnoho autorů z řad samotných aktérů jako například Harriet Lamb, která v knize *Fighting the Banana Wars and Other Fairtrade Battles* popisuje úskalí a překážky v dobách ustanovování prvních fairtradových principů zejména v oblasti banánů. Sarah Lyon a Mark Moberg se v knize *Fair Trade and Social Justice* věnují případovým studiím jednotlivých komodit a zkoumají, zda nastavené principy a cíle opravdu potkávají realitu snižování chudoby v jednotlivých zapojených subjektech. Alex Nicholls a Charlotte Opal se dívá na fair trade z obchodního pohledu a zabývají se v knize *Fair Trade market driven ethical consumption* samotnou obchodní podstatou spravedlivého obchodu, popsáním toho, na co je reakcí – jak fungují dodavatelské řetězce a jakou roli má společenská zodpovědnost firem. Dále v práci používám primární zdroje – ať už se jedná o ustavující dokumenty, mezinárodní dohody nebo dokumenty mezinárodních organizací. Součástí zdrojů jsou také informace od fairtradových organizací, zápisy z cesty do Panamy, rozhovory realizované na místě zkoumání, kontakty na neziskové organizace, které se problematice banánů dlouhodobě věnují, jako například britská expertní organizace Banana Link.

V práci je operováno s několika termíny spravedlivého obchodu. Zatímco fair trade označuje myšlenku a koncept spravedlivého obchodování obecně – například hnutí lidí, kteří jej podpo-

rují, případně organizace zapojené do WFTO (World Fair Trade Organization), označení Fairtrade (příp. FAIRTRADE) je samotný název certifikace a ochranné známky, kterou vlastní organizace Fairtrade International. Další jazykovou specialitou je samotné sociální prémium. V některých českých překladech anglického termínu fairtrade premium najdeme výraz sociální příplatek nebo se také používá sociální prémie. V této práci se nejčastěji používá termín sociální prémium, který nejvíce odpovídá původnímu výrazu. Další specifikum je termín rozvojová země a jeho nahrazování za globální Sever a Jih. Rozdělení na země globálního Jihu a globálního Severu je jednou z mnoha alternativ pojmenování rozdílů mezi různými skupinami zemí světa (Horký, Profant, 2015, s. 25). Dříve používané označení země „prvního“, „druhého“ a „třetího“ světa, případně rozdělení na země „rozvinuté“ a „rozvojové“ zohledňovalo především ekonomické ukazatele rozvoje. Kritici těchto označení zdůrazňují především skrytý hodnotový soud, který je v nich obsažen; zmíněné výrazy naznačují určitou hierarchii, případně jakousi celkovou nedostatečnost „nedovyvinutých“ třetích zemí. Rozdělení zemí na globální Jih a globální Sever se zpravidla zakládá na ukazateli tzv. indexu lidského rozvoje (HDI, Human Development Index), který zohledňuje i neekonomické parametry. I tak jde o rozdělení pouze zjednodušující a schematické (Bílý, Fraňková, 2012, s. 24).

1. Fair trade

1.1 Historie hnutí fair trade

Fair trade se označuje za globální sociální hnutí, alternativu vůči běžnému obchodu nebo tržní přístup. V současné době se jedná o hnutí, které sdružuje 1,66 milionu malých pěstitelů a producentů ve 1240 organizacích a asociacích (Fairtrade International [online]) z globálního Jihu³. Jsou to producenti zejména zemědělských plodin, kdy nejvíce je zde zastoupená káva, kakao a čaj, ale i výrobci drobných řemeslných výrobků. Na druhé straně zde máme spotřebitele a prodejce na straně globálního Severu. Následující kapitola zkoumá samotné začátky hnutí.

1.1.1 Poválečná solidarita

Historický základ má hnutí ve 40. a 50. letech, kdy docházelo v rámci poválečných aktivit na území USA i Evropy k navázání spolupráce s rozvojovými zeměmi a začaly se dovážet ručně dělné výrobky. Do té doby bylo nastavení obchodu spíše koloniální a až v poválečných letech se začalo obchodní koloniální paradigma stáčet spíše k navazování zmiňované spolupráce. Na obou kontinentech to byly zejména církevní organizace, které se do obchodování v rámci svých charitních obchodů zapojovaly. Ve Spojených státech amerických to byly na konci čtyřicátých let zejména protestantské církve. V roce 1946 zahájila prodej řemeslných výrobků organizace Selfhelp – Crafts of the world. Zpočátku byl prodej určen na pomoc palestinským uprchlíkům a marginalizovaným lidem v Portoriku a na Haiti (Low, Davenport, 2006, s. 316). Následně se z tohoto projektu vyvinula iniciativa Ten Thousand Villages, která je stále na území USA v činnosti (Jansen, 2015). Další iniciativou byla v roce 1949 *SERRV* (Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation; dnes *SERRV International*). *SERRV* začal prodávat kukačkové hodiny z Německa do USA členům náboženské obce s cílem poskytnout pomoc uprchlíkům (Low, Davenport, 2006, s. 320). Na území Evropy sehrála při šíření myšlenky důležitou roli na konci padesátých let organizace Oxfam UK, která pomáhala svým působením válkou ohroženému Řecku a také testovala spolupráci s čínskými uprchlíky, kteří

³ V současné době se upřednostňuje používání termínu globální Jih před pojmem rozvojové země. Termín rozvojové země předpokládá, že opakem jsou země rozvinuté. Tento přístup je vnímán jako politicky nekorektní, protože vychází z vnímání rozvoje z pohledu euroamerického regionu, který rozvoj pojímá v ekonomickém a průmyslovém slova smyslu. Globální Jih je termín geografický a hodnotově neutrální. (Fairtrade Česko [online])

vyráběli polštářky na špendlíky. Organizaci Oxfam se podařilo vybudovat poměrně rozsáhlou síť charitních obchodů, které dodnes v jednotlivých zemích působení fungují. Další evropskou iniciativou byla nizozemská S.O.S. Wereldhandel, za kterou stála katolická mládež prodávající výrobky z rozvojových zemí v kostelích a prostřednictvím své sítě podporovatelů. Skupiny aktivistů a dobrovolníků začaly v padesátých letech prodávat třtinový cukr, aby se zvýšilo povědomí o rozvojových zemích, jejich pracovních podmínkách a přístupu na trh. Tato iniciativa měla zásadní vliv na pozdější rozmach fairtradových obchodů, takzvaných world shopů. Postupem času se do prodeje přidaly i řemeslné výrobky a koncept obchodů se začal šířit.

1.1.2 Dekolonizační období

V 60. letech se na poli OSN objevila tendence vymezující se vůči dosavadní rozvojové pomoci. Byla to významná institucionální podpora dosavadního fairtradového hnutí. Heslem „Trade not aid“ se totiž OSN přikláněla k tomu, že tržnímu řešení by se měla dávat přednost před jednorázovou pomocí, která mnohdy může způsobit značné škody. Tento přístup se diskutoval na mezinárodním setkání v Ženevě v roce 1964, kde byla ustavena Konference OSN o obchodu a rozvoji (UNCTAD). UNCTAD vznikla jako platforma, kde mohou rozvojové země diskutovat vlastní přístup na trhy rozvinutých zemí a vyjednat si lepší exportní podmínky (Osmańczyk, Mango, 2002, s. 2428). Založení nizozemských obchodů, které prodávaly zboží z rozvojových zemí, dávaly tomuto přístupu praktický rozměr.

První z takových obchodů vznikl v roce 1969 právě v Nizozemí v městečku Breukelen. Hnutí se rychle rozšiřovalo, za dva roky o dalších sto míst na území Nizozemí a model se ujal i v Německu, Švýcarsku, Belgii, Francii, Velké Británii a Rakousku. Pro zakládající organizaci S.O.S. Wereldhandel se tak tyto obchody staly stálým příjemcem zboží a šířily myšlenku spravedlivého obchodu na podporu rozvojových zemí. Stejný rozmach zažily obchody založené organizací Oxfam (Nicholls, Opal, 2004, s.22). V 70. letech byly typické takzvané organizace alternativního obchodu prezentující výrobky ze zemí Jižní Ameriky a Afriky, jako výraz politického postoje a solidarity se znevýhodněnými výrobci či samotnými zeměmi původu. Často byly tyto obchody budovány na základě pomoci konkrétním komunitám z rozvojových zemí. Už konec sedmdesátých let však přinesl krizi dosavadního pojetí alternativního obchodu. Nabízený sortiment oslovoval stále méně zákazníků a mnoho organizací se potýkalo s existenčními problémy. Dosavadní pojetí charitního obchodu se pomalu začalo přetvářet. Hnutí stojící za myšlenkou spravedlivého obchodu si postupně uvědomovalo, že je

třeba změnit koncept a vyjít vstříc potřebám zákazníků a reagovat na rychle se měnící trh.

1.1.3 80. léta a první certifikace

Doposud stál alternativní obchod zejména na dovozu řemeslných výrobků. To se však začalo postupně měnit. Za touto změnou stálo několik důvodů: díky volnému obchodu byly redukovány celní bariéry pro mnoho řemeslných výrobků. Výsledkem bylo, že obchodníci čelili vzrůstající konkurenci ostatních „lifestylových“ prodejců (Low, Davenport, 2006, s. 317). Na straně poptávky také hrála roli zmíněná stagnace prodeje způsobená globální recesí. Ta způsobila, že konzumenti na globálním Severu byli opatrnější, začali vyžadovat informace a záruky; nadále nestačilo, že produkt pocházel z alternativního obchodu. Na globálním Jihu producentské organizace bojovaly s požadavky nakupujících ze Severu na produkty vyšší kvality, s lepším designem a rychleji dodávané. Zároveň se začala zpřísnovat severoamerická a evropská legislativa týkající se importovaných produktů a bezpečnostních standardů. Bylo například nutné zajistit, aby produkty nadále nebyly zpracovány zdravotně závadnými bělidly nebo barvami, což zvyšovalo náklady pro malé producenty. (Low, Davenport, 2006, s. 320)

Řemeslné výrobky se tedy v poměru obchodovaných produktů staly menšinou a v importu fairtradových produktů převládly potraviny. Jak bylo zmíněno, mnoho drobných producentů se kvůli poklesu cen na burze ocitlo v tíživé situaci. Lze uvést příklad mexických kávových pěstitelů, kteří v roce 1986 požádali nizozemskou nevládní organizaci Solidaridad o pomoc s prodejem jimi vypěstované kávy. Reakcí bylo vytvoření systému označování takzvaně férových výrobků. V roce 1988 vznikla první fair trade značka Max Havelaar, která byla pojmenovaná podle literární postavy symbolizující vzdor dělníků vůči jejich vykořisťování na koloniálních kávových plantážích. Obliba a zájem o takové produkty byla potvrzena šířením myšlenky a přebíráním loga i v dalších zemích jako byla Belgie, Švýcarsko, Dánsko, Norsko a Francie. Další země přišly s vlastním označením – například Německo, Rakousko, Lucembursko, Itálie, USA, Kanada a Japonsko začaly používat označení Transfair. Na území Velké Británie a Irska vznikla značka Fairtrade Mark. Vedle kávy se takto začaly označovat i další produkty, jako je čaj, cukr, kakao, čokoláda, med nebo banány. Tyto loga v sobě nesly záruku domluvených výrobních pravidel certifikovaných produktů. Právě posun od řemeslných výrobků směrem k potravinám měl za následek rozšíření prodejních kanálů na běžné řetězce, obchody se zdravou výživou a maloobchody.

1.1.4 Certifikace Fairtrade

Na základě existence vícero certifikací vznikla také potřeba určité jednoty, aby bylo hnutí silnější, mohlo lépe vyjednávat, institucionalizovat se a lépe komunikovat směrem k zákazníkům. Bylo také potřeba, aby vznikl koncept, který by se dokázal i s ohledem na specifika jednotlivých zemí prosadit na poli globální ekonomiky. V roce 1987 byla založena (European Fair Trade Association (EFTA), která zastupuje 12 fairtradových importních organizací v 9 evropských zemích (8 v EU a Švýcarsko). O dva roky později v roce 1989 byla založena International Federation for Alternative Trade (IFAT), která spojila producentské skupiny, organizace alternativního obchodu (ATOs) a další fairtradové aktéry z Afriky, Asie, Austrálie, Evropy, Severní a Jižní Ameriky. Obě organizace cítily potřebu založit globální síť fairtradových organizací, která by hájila myšlenku fair trade. Proto se později v roce 1989 formovala organizace World Fair Trade Organization (WFTO). Členové jsou jak obchodní články, tak producenti a podporující organizace. (WFTO [online]). Do této organizace se od roku 2008 také řadí síť world shopů, které se formovaly od 70. let po celé Evropě. The Network of European World Shops (NEWS!) vznikla v roce 1994 a zahrnovala přibližně 2700 obchodů v 15 národních asociacích ve 13 evropských zemích.

Dalším velkým milníkem ve fairtradové historii je rok 1997, kdy byla založena organizace Fairtrade Labelling Organization (FLO – Mezinárodní organizace pro značení Fairtrade). Ta vznikla spojením národních poboček Max Havelaar, Transfair a Fair Trade. V roce 2002 FLO spustila jednotnou známku Fairtrade ve všech zemích. Organizace vznikla v Bonnu s cílem sjednotit doposud používaná loga a nastavit celosvětové fairtradové standardy. Samotné FLO se dělí na dvě instituce – FLO International, která zavádí fairtradové standardy a poskytuje producentům obchodní podporu, a FLO-CERT, která provádí inspekce a certifikuje producentské organizace a provádí audity (Nicholls, Opal, 2004, s. 130). Certifikace Fairtrade měla poměrně dlouhý vývoj, na jehož konci vidíme stabilizovanou organizaci s celosvětovým působením. Způsob, jakým funguje a jaké jsou principy, na nichž je certifikace založená, jsou popsány v další kapitole.

1.2 Principy Fairtrade

Termín spravedlivý obchod do jisté míry nahradil původní verzi termínu alternativní. Alternativa to byla proto, že to byl opravdu jiný způsob běžného obchodu, kdy se zkracoval dodava-

telský řetězec, z obchodu byli vynecháni zprostředkovatelé, prodej probíhal v alternativních distribučních kanálech a do prodeje bylo zapojeno mnoho dobrovolníků. Potom se ale slovo alternativní začalo pojít spíše s životním stylem, do kterého spravedlivý obchod zcela nezapadal. Proto v 90. letech přišla Fairtrade Foundation a termín spravedlivý obchod. Spravedlnost zde najdeme hned v několika aspektech. Jednak obchod, kde je dodavatelský řetězec více rovnoměrný vůči producentovi i zákazníkovi. Dále se spravedlnost projevuje v tom, že je třeba dodržovat základní principy, aby mohlo být jakékoliv zboží nezávisle certifikováno. A v neposlední řadě je zákazníkovi nabízen produkt s transparentním dodavatelským řetězcem. Z alternativy se spravedlivý obchod posunul do mainstreamu a už není nadále pouhou okrajovou záležitostí. Z aktivistické myšlenky se stal fair trade plnohodnotným systémem na trhu. Fair trade není způsob charity, ani není neziskový, ale spíše předurčuje ziskové aktivity tak, aby byli spokojeni všichni klíčoví aktéři v řetězci, což je hlavním rozdílem oproti běžnému způsobu obchodu.

1.2.1 Způsob obchodu fair trade

Cílem hnutí fair trade je nabídnout znevýhodněným producentům z rozvojových zemí možnost, jak se vymanit z extrémní chudoby pomocí výhodného přístupu k trhu – zejména zemí tzv. globálního Severu. Záměrem je zmocnit a podpořit producenty, aby vytvořili vlastní obchod a fungující komunitu právě skrze mezinárodní obchod. Fair trade nabízí nový model obchodu, který staví na vztahu producenta a zákazníka. Dbá se na to, aby dodavatelský řetězec distribuoval benefity spravedlivěji mezi všechny články řetězce. Fair trade také staví na informacích, které mnohdy v běžném anonymním světě a systému obchodu chybí. Kdo produkt vyrobil a za jakých podmínek. Fair trade se staví jako opozice vůči běžnému konvenčnímu způsobu obchodování, kde hraje nejdůležitější roli maximalizace zisku, která se děje prostřednictvím nerovností v daném obchodování. V systému fair trade jsou nastaveny podmínky tak, že producent může nejen dosáhnout na základní životní standarty, ale může se i dále vzdělávat. Obchod se tedy stává rozvojovým nástrojem, který má své pozitivní dopady a externality (Lyon, Moberg, 2010, s.49). Fair trade staví na několika principech, které budou v následujících podkapitolách popsány.

1.2.2 Vytváření příležitostí pro producenty

Základním kamenem myšlenky fair trade je vytváření obchodních příležitostí pro pěstitele a farmáře, kteří by se pohybovali ve stavu finanční nejistoty. Nejdůležitějším cílem je snižování chudoby prostřednictvím obchodu a možnosti užít se vlastní práci. Tento princip kore-

sponduje s principy humanitární a sociální práce založené na participaci a práci, za kterou lidé dostávají peníze, případně materiální pomoc. Paralelu můžeme vidět v systémech cash for work nebo myšlence „trade not aid“, která proklamuje, že obchod je efektivnější nástroj než neustálá rozvojová pomoc, která vytváří spíše závislost a není tím nástrojem, který může lidi z rozvojových zemí vymanit z chudoby (Evropská Komise, [online]). Často zmiňovaným slovem je v souvislosti s fair trade důstojnost (Ten thousand villages, [online]). Důstojnost, která vyplývá z toho, že lidé jsou schopni se uživit vlastní prací a za důstojných podmínek. Často jsou tito producenti malé rodinné farmy, drobní producenti sdružení do asociací nebo družstev. Co se týče ekonomického plánu a soběstačnosti, měla by mít každá organizace zapojená do systému fair trade vytvořený plán, jak jí dosáhnout.

1.2.3 Stanovené minimální výkupní ceny

Minimální fairtradové ceny jsou stanovené na základě lokálních podmínek, tak aby si producenti mohli dovolit důstojný život na základě jejich práce. V případě stanovování ceny pro malou komoditu je zde Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), jejíž rolí je stanovování minimální ceny, která pokrývá náklady na produkci a provizi pro rodinu producenta a pro chod produkce (Nicholls, Opal, 2004, s. 130). Pokud cena za komoditu na konvenční světové burze padne pod toto minimum, je zde ze strany nákupčích zaplácena minimální cena. Právě tento standard zajišťuje producentům to, že mohou plánovat produkci předem a ví, s čím mohou počítat, do čeho investovat a jak produkci naplánovat. Pokud však cena na mezinárodní burze přesáhne dané stanovené minimum, musí nakupující zaplatit tuto burzovní cenu. Pro zemědělské usedlosti, námezdní dělníky nebo firemní produkci – zejména při produkci čaje nebo ovoce – funguje minimální cena tak, že pracovníci a zaměstnanci dostávají minimální mzdu, která je platná dle zákonů v dané zemi a jsou zde dodržovány pracovní standarty a nařízení dle Mezinárodní organizace práce (MOP). Další oblastí jsou výrobky, které nespádají do zemědělské produkce, ale do sekce rukodělných výrobků. V tomto sektoru je poměrně náročné ustanovit minimální výkupní cenu, nedochází zde kvůli rozmanitosti produktů k certifikaci, proto je stanovena férová cena dle lokálního kontextu, prostřednictvím dohody, dialogu a participaci mezi nakupujícími a producenty (Fairtrade, [online]). Tato cena zahrnuje nejen náklady produkce, ale umožňuje, aby byla produkce sociálně spravedlivá a environmentálně nezávadná. Vždy tedy záleží na domluvě mezi oběma stranami řetězce.

1.2.4 Sociální prémium

Sociální prémium je stanovená cena, kterou za danou komoditu producenti dostávají od nakupujících. K minimální výkupní ceně je připočítán určitý příplatek, který se často pohybuje v desítkách procent stanovené ceny. Tento příplatek je určen pro rozvoj komunit nebo technické zajištění produkce a její inovace. Drobní producenti jsou často sdružováni do družstev, a právě tento příspěvek se týká celého družstva, které demokraticky rozhoduje, jak s ním naložit. Někteří se rozhodují pro komunitní projekty, investice do rozvoje produkce, což znamená zakoupení různých náradí nebo strojů či proškolení zaměstnanců. Další oblastí, kam se investují peníze získané ze sociálního příplatku, je oblast školství a budování nových studní pro komunitu. Pracovníci na farmách jsou sdružováni do asociací, které sociální příplatek přijímají, a celá asociace volí, jak tyto peníze použít. Fairtrade zde cílí na to, aby se producenti vymanili z chudoby skrze obchod a svépomoc. Tento přístup tak klade do centra udržitelnost a lidskou důstojnost.

1.2.5 Přímý prodej od producentů

Záměrem systému fair trade je, aby se co nejvíce umenšoval vliv klasických obchodních článků, jako jsou zprostředkovatelé, spekulanti a burzovní makléři (Nicholls, Opal, 2004, s. 7). Je zde tendence k navazování přímých obchodních vztahů mezi producenty a jejich zákazníky, což zajišťuje větší rentabilitu z ceny pro producenty. Samotná družstva mají již dlouhodobě uzavřené smlouvy s určitými dodavateli a společně plánují dané obchody.

1.2.6 Transparentní a dlouhodobé vztahy

Pro malé zpracovatele je velmi důležité, aby měli jistotu v odbytu a mohli si tak naplánovat svoji produkci, zkoušet nové techniky pěstování a investovat do produkce. Pilířem dlouhodobých obchodních vztahů se tak doplňuje předchozí princip přímosti mezi producentem a obchodníkem. Dlouhodobý obchodní vztah dává pěstiteli možnost plánovat produkci a není napřímo ovlivněn náhlou změnou spotřebitelského chování. Vylučují se zde neférové obchodní praktiky, které v konvenčním obchodě způsobují producentům značné problémy. Stejně tak jsou zde stanovené závazky, které musí dodržovat sami producenti. V systému fair trade dodavatelé respektují smlouvy a dodávají produkty včas a v požadované kvalitě. Fairtradoví odběratelé jsou si vědomi situace finančně znevýhodněných výrobců a dodavatelů a platí své objednávky dle dohody. Odběratelé konzultují zrušení nebo odmítnutí objednávky s dodavateli. Pokud je objednávka zrušena a chyba není na straně výrobce nebo dodavatele, je zajištěna adekvátní kompenzace za již provedenou práci. Dodavatelé a výrobci řeší

s odběrateli případné problémy s dodávkou a ručí za kompenzaci, nesouhlasí-li dodané množství nebo kvalita s objednávkou. Obchodní strany usilují o růst objemu vzájemného obchodu, vyšší hodnotu zboží a různorodost nabízených produktů, to vše za účelem rozvoje fair trade a zvýšení příjmů zapojených výrobců. Stejně tak i samotná organizace Fairtrade international usiluje o dlouhodobé vztahy založené na solidaritě, důvěře a oboustranném respektu, které přispívají k podpoře a rozvoji fair trade.

1.2.7 Předfinancování

Obchodníci a partneři producentů z rozvinutých zemí mají mnohdy větší a jednodušší přístup ke kapitálu než lidé v rozvojových zemích. Právě tento fakt je základním kamenem principu předfinancování. Ve chvíli, kdy o to družstvo zažádá, měl by odběratel být schopen zaplatit předem 50 % z celkové ceny objednávky (Nicholls, Opal, 2004, s. 7). Tyto peníze pak putují k jednotlivým producentům, kteří mohou za peníze z předfinancování naplánovat další produkci.

1.2.8 Demokratická organizace

Družstva jsou demokraticky organizovaná a každý pěstitel znamená jeden hlas. Zejména v hlasování o sociálním příspěvku hraje toto rozdělení hlasů velkou roli. Malí producenti a pěstitelé tak mohou ovlivnit, jak se s obnosem naloží a jaké bude mít využití pro ostatní členy družstva, potažmo i komunity.

1.2.9 Udržitelná produkce

Ve fairtradových organizacích je zásadní minimalizovat dopad své činnosti na životní prostředí používáním ekologicky šetrných metod produkce a minimálním používáním pesticidů, kdykoliv je to možné. Používají se proto takové výrobní postupy, které snižují spotřebu energie, a pokud je to možné, družstva používají technologie využívající obnovitelné zdroje energie minimalizující emise skleníkových plynů. Pro malé fairtradové pěstitele je zvykem, že jejich produkce je diverzifikovaná. Na plantáži se nenachází pouze jeden druh rostliny, ale naopak je zde více různých členitých rostlin, které vzájemnou symbiózou prospívají celku. Všechny organizace používají v maximálním rozsahu recyklované nebo jednoduše biologicky odbouratelné obalové materiály, a je-li to možné, zboží je dopravováno po moři.

1.2.10 Zákaz dětské práce

Myšlenka fair trade se řídí Úmluvou OSN o právech dítěte a národními či místními zákony o zaměstnávání dětí. Organizace zapojená do systému zaručuje, že u jejích zaměstnanců, členů či řemeslníků pracujících doma nedochází k nucené práci. Organizace odebírající fairtradové produkty od producentů skupin, ať už přímo nebo skrze prostředníky, ručí za to, že při výrobě nedošlo k nucené práci a výrobci dodržují Úmluvu OSN o právech dítěte a národní či místní zákony o zaměstnávání dětí. Jakékoliv zapojení dětí do výroby fairtradových produktů (včetně učení se tradičnímu umění nebo řemeslu) je vždy oznámeno a monitorováno a je zajištěno, že neohrožuje zdraví dětí, jejich bezpečnost, vzdělávání ani potřebu si hrát (Baradaran, Barclay, 2013, s. 48).

1.2.11 Rovnost příležitostí a svoboda shromažďování

Ve fairtradových družstvech a asociacích je dodržován princip rovnosti příležitostí. Při rozhodování o výběru zaměstnanců, výši mezd, přístupu ke školení, propagaci, výpovědích nebo odchodech do důchodu se organizace vyhýbá diskriminaci na základě rasy, kasty, národnosti, náboženství, postižení, pohlaví, sexuální orientace, členství v odborech, politického vyznání, HIV/Aids nebo věku. Velmi často se také setkáme s ženami ve vedoucích pozicích. Je jim daný stejný prostor pro zapojení se do chodu organizací bez ohledu na to, zda vlastní půdu či jiný majetek. Ženy dostávají za stejnou práci stejnou mzdu, což se často v konvenčním obchodě neděje. Organizace bere ohled na specifické zdravotní a bezpečnostní potřeby těhotných a kojících žen.

Další důležitou složkou jsou zaměstnanecké odbory. Fairtradové organizace respektují právo zaměstnanců založit odbory či se připojit k odborům dle svého výběru a kolektivně vyjednávat. Pokud je právo vstoupit do odborů a kolektivně vyjednávat omezeno zákonem nebo politickým prostředím, organizace umožní zaměstnancům jiný způsob nezávislého a svobodného sdružování a vyjednávání. Na pracovišti nedochází k diskriminaci pracovníků, kteří jsou do odborů zapojeni. Svoboda shromažďování dává pracovníkům možnost ovlivňovat vlastní pracovní podmínky, vyjednávat a participovat se na chodu družstva nebo organizace.

1.2.12 Pracovní podmínky

Dalším z principů fair trade jsou dobré pracovní podmínky, pod čímž je možné si představit zejména bezpečné prostředí na práci a ochranu zdraví pracovníků. Organizace by měla minimálně splňovat národní zákony a úmluvy o zdraví a bezpečnosti stejně jako úmluvu Meziná-

rodní organizace práce (MOP) o zdraví a bezpečnosti. Důležitou kapitolou je pracovní doba, která by měla také korespondovat s místními zákony.

1.2.13 Budování kapacit

Organizace prostřednictvím fair trade usiluje o zlepšení situace malých, znevýhodněných výrobců. Zejména rozvíjí schopnosti a dovednosti svých zaměstnanců a členů. Organizace, které pracují přímo s malými výrobci, jim pomáhají zlepšit manažerské dovednosti, výrobní procesy a získat lepší přístup na trh – místní, regionální, mezinárodní, fair trade i běžný trh, dle potřeby. Jsou organizována různá školení, semináře a ty jsou uváděny do praxe.

Komodity prodávané podle těchto stanovených principů nesou logo certifikace Fairtrade. Organizace, které získaly certifikaci, se musí řídit danými principy a ty jsou pravidelně kontrolovány.

1.3 Systém certifikace Fairtrade

1.3.1 FLO International

Organizace FLO International (Fairtrade Labeling Organization) je nezávislá nezisková organizace. Jejím cílem je šířit značku Fairtrade, která vede k nastavení spravedlivějších podmínek v mezinárodním obchodu, zejména v propojování výrobců a spotřebitelů. FLO poskytuje vedení, služby, poradenství a nástroje potřebné pro zapojení se do programu a následné certifikování. Mezi hlavní činnosti FLO patří vytváření a publikování fairtradových standardů, udělování licence na používání ochranné známky Fairtrade® na certifikovaných výrobcích a marketing značky (Fairtrade International, [online]).

1.3.2 FLO-CERT

FLO-CERT je nezávislý certifikační orgán. Právě skrze FLO-CERT prochází žádosti a přihlášky jednotlivých družstev nebo organizací, které se rozhodnou k certifikaci. Auditor-ský orgán poté posuzuje nejen žádost, ale zejména dodržování fairtradových principů a rozhoduje o udělení nebo případném neudělení certifikace. Ta poté zaručuje, že daný produkt pochází z fairtradových podmínek a dovoluje organizaci s produkty obchodovat pod certifikační známkou Fairtrade.

1.3.3 Standardy Fairtrade

V systému Fairtrade existuje několik druhů standardů vytvořených v závislosti na tom, jak velká je producentská organizace nebo zda se certifikuje dovozce. Standardy pro malé producenty se vztahují na zemědělce, kteří jsou samostatně činní v rámci svojí farmy a jsou jako celek organizováni do družstev. Další standard je určen pro námezdní sílu, kam spadají i sezónní pracovníci v produkci řezaných květin, ovoce, čaje, bylinek, zeleniny a fotbalových míčů. Třetím standardem jsou stanoveny podmínky pro smluvní produkci, což platí u obilovin, kakaa, textilních rostlin a zpracovaného ovoce a zeleniny. Poslední standard je pro dovozce a zpracovatele.

Dále existují specifické standardy pro jednotlivé suroviny nebo produkty, které určují minimální cenu, sociální příspěvek a environmentální a ekonomická kritéria. Do této skupiny se řadí 19 standardů, které jsou určující například pro kávu, kakao, zlato, ovoce, koření nebo fotbalové míče (Fairtrade, [online]).

1.3.4 Průběh certifikace

Produkt, který na sobě nese logo Fairtrade, musí mít udělenou licenci na všech úrovních obchodního řetězce od producenta až po balené výrobky připravené k prodeji koncovým zákazníkům. Tak je zákazníkovi garantováno, že výrobek opravdu pochází ze spravedlivého obchodu. Celý certifikační proces začíná žádostí daného subjektu a ten je poté podroben kontrole ze strany FLO-CERTu a je zahájen rozsáhlý audit žadatele. V průběhu auditu je zkoumáno dodržování jednotlivých principů Fairtrade a jeho trvání může být až několikaměsíční v závislosti na velikosti producenta nebo na počtu certifikovaných produktů. Při nalezení nesouladu s principy má producent vymezený časový interval pro nápravu. Následně hodnotitelé z řad FLO-CERT opětovně zkoumají dostatečnost dodržování principů. Po tomto prvním kole hodnocení je předána žádost doposud nezapojeným hodnotitelům, kteří na základě zjištěných podmínek rozhodnou o udělení, nebo neudělení certifikace. Tito zaměstnanci pak rozhodnou o udělení certifikace na základě zjištěných nesouladů a jejich následných řešení. FLO-CERT vystaví certifikaci pouze poté, kdy byly provozovatelem podány důkazy o vyřešení všech zjištěných neshod. Po certifikaci všichni provozovatelé vstupují do tříletého certifikačního cyklu, během něhož se počáteční audit uskutečňuje každý rok a také proběhne alespoň jeden fyzický audit v rámci tohoto cyklu. Tyto audity jsou prováděny za účelem zajištění průběžného dodržování fairtradových standardů.

1.3.5 Měření dopadů spravedlivého obchodu

Dopady spravedlivého obchodu byly studovány nejrozličnějšími způsoby od měření ekonomických a finančních přínosů pro výrobce, přes posuzování dopadů na ženy, hodnocení nepřímých efektů až po „spill-over“ efekty, kterými fair trade působí na komunity (Lyon, Moberg, 2010, s. 42). Fair trade organizace sledují dopady svých činností pravidelně. V rámci tradičních organizací je vyžadováno reportovat o dosažených zlepšeních a tím dávat prostor pro nové přístupy a zlepšení. Fairtrade International provádí každoroční kontroly producentů na jejich registrech a auditu obchodních toků. Dále se dopady zabývají nezávislé studie dopadů vypracované výzkumnými středisky, vládními organizacemi či univerzitami (Lyon, Moberg, 2010, s. 50). V oblasti metodologie byly vypracovány dva hlavní proudy. První, který je používán organizací FLO, je založen především na kvalitativním přístupu a druhý využívá zejména statistický přístup k tématu a zpracování většího časového úseku. V pozdějších letech můžeme vidět větší specifikum v metodologickém přístupu, kdy se ve středu zájmu objevují dříve více okrajová témata jako plantážový systém certifikace nebo námezdní pracovníci nebo postavení žen v družstvech (Vagneron, Roquigny, 2010, s. 7).

Finanční a ekonomické přínosy fair trade mohou být měřeny relativně jednoduše, na základě dostupných dat z trhů a obrátů, pokud je dané družstvo nebo firma poskytuje veřejnosti (La Prensa, [online]).⁴ Nejčastěji se objevuje jako přínos zapojení do systému technická asistence, jistota příjmů, přímý obchod v podobě jistého odbytu a zajištění úvěrů. Výzkumy ovšem ukazují, že mimoekonomické oblasti jsou při hodnocení dopadů významnější, nicméně hůře zjištělné. Jedná se například o otázky posílení výrobců prostřednictvím budování kapacit nebo postavení žen. Některé studie zjistily zlepšení v úrovni vzdělání, zachování původních kultur, rozvoj komunit a další sociální výhody, naopak bylo i zjištěno možné potenciální riziko vzniku neshod a nerovností v komunitě založené na základě exkluzivity zapojených producentů do systému fair trade (Vagneron, Roquigny, 2010, s. 8).

Dosavadní studie ukazují, že je možné rozdělit empirická data na ta, která dokazují pozitivní dopady na dané komunity a družstva, zároveň je však řada takových případových studií, které ukazují, že fair trade není zcela funkčním modelem a nemusí fungovat tak, jak je zamýšleno. Příkladem může být studie harvardských výzkumníků Dragusanu a Nuuna, kteří ukazují na

⁴ Například družstvo Coobana dosáhlo zvýšení produkce o 52,9 % oproti roku 2015. Jak uvádějí zástupci družstva, za tuto změnu může práce na obnově výsadby sazenic a zlepšení klimatických podmínek.

kostarickém kávovém družstvu, že z certifikace těží spíše vzdělaní farmáři a není zde hmatatelný dopad pro sezónní pracovníky (Dragusanu, Nunn, 2014, s. 3). Dalším takovým příkladem je celá publikace Fairtrade scandal od autora N. Sylla, který se zaměřuje právě na problematiku zapojování nejchudších producentů do systému, což je právě ta oblast, kde fair trade podle Sylla zásadně selhává (Sylla, 2014, s. 47).

1.4 Kritika fair trade

Koncept spravedlivého obchodu se stal objektem mnoha kritik. Pro některé ekonomy je problematické to, že se trh neopírá o volnou ruku trhu tím, že zakročuje a stanovuje minimální ceny (Vacenovský, s.110). Kritika fair trade se často týká výkupních cen a nastavení mezd v dané oblasti, kdy je vytýkáno systému fair trade zvyhodňování jedné skupiny obyvatel, kteří se zapojili na úkor těch pracujících v konvenčním systému. Na druhé straně je v rámci kritiky také zohledňován aspekt spotřebitele, kdy se při nákupu fairtradového produktu, který je ve většině případů dražší, nadržuje pravidla nakupovat co nejlevněji, aby byly minimalizovány náklady kupujícího.

Jsou zde konflikty mezi běžným pojetím volného trhu a systémem fair trade. Zastánci volného obchodu tvrdí, že neomezený pohyb zboží, služeb a peněz mezi zeměmi zajišťuje nejefektivnější model obchodu. Podle Hayese a Moora (Hayes, Moore. 2005, s. 39) je však naopak efekt fair trade v lokalitě širší, vyšší mzdy a výkupní ceny pro členy fairtradového řetězce zvyšují zároveň mzdy a ceny i pro ostatní producenty v místě (Potts, 2004). Dále je častým jádrem kritiky otázka, zda je zapojení do systému pro producenty opravdu výhodné a jestli jsou proklamovaná pozitiva realitou (Robins, Roberts, Abbot, 1999, str. 49). Největším jádrem kritiky je cena produktů a velikost té části, která se dostává zpět k producentům (Berndt, 2007, s. 5). V dalších kritikách zaznívá nepoměr mezi vyspělostí států, které se mohou do systému zapojit. Ve chvíli, kdy se jedná o zemi, která je zmítaná válkou a chybí základní infrastruktura, není možné se z technických důvodů ucházet o certifikace. Tyto aktivity také mohou být utlumeny ze strany vlád. Fair trade proto bývá často kritizován za to, že je exklusivní a poškozují mimo něj stojící dodavatele. V tomto ohledu se kritika zaměřuje zejména na otázku komplikovaného vstupu do systému fair trade. Požadavky jako je vytvoření organizace producentů, mohou mít za následek vyloučení některých výrobců z možnosti na účasti v systému. Problémem může být i to, když fair trade zvyšuje atraktivitu produkce určitých

primárních produktů v relativně bohatých zemích, což vede ke zvýšení světové nabídky daných produktů, ale i ke komplikacím zemědělců v zemích relativně chudších. V neposlední řadě je terčem kritiky cena certifikačních poplatků. Ty bývají označovány za přehnané a kritizované za to, že pohltnou velkou část zmíněné cenové prémie. Celkový systém konceptu včetně kontroly, propagace a provádění inspekcí je nákladný a funguje díky tomu, že existují spotřebitelé, kteří jsou ochotni tyto náklady v rámci cen produktů pokrýt.

Na poli kritiky konceptu se můžeme setkat i s názory, že požadavky stanovené systémem, mohou některým producentům škodit. Fair trade například zakazuje dětskou práci. Chudé rodiny posílají své děti do práce proto, aby pro rodinu zajistily vyšší celkový příjem. Zákaz dětské práce tak může mít pro takovou rodinu neblahé dopady. Zastánci fair trade ale argumentují tím, že dětská práce není žádoucí, a právě práce dětí může být tím důvodem, proč se v místě nevytváří místa pro dospělé, protože je vyžívána levná dětská práce a tím se podporuje dlouhodobý neudržitelný model. Jedním z častých bodů kritiky je také to, že jednotliví prodejci a dodavatelé mohou až příliš využívat nebo zneužívat sociální uvědomělosti konzumentů pro vlastní prospěch a z etického obchodu těžit nestandardně vysokými cenami, které je nakupující ochoten zaplatit v domněnku, že se jedná o cenu, která putuje výrobci (Lamb, 2009, 33). V tomto případně jde o dvě nedorozumění z pohledu spotřebitele. První věcí je domněnka, že teprve ve chvíli, kdy daný produkt zákazník kupuje, jsou peníze odeslány výrobci nebo pěstiteli. Tato myšlenka je mylná, protože systém fair trade funguje na bázi předfinancování a stabilních včasných plateb producentům. Ve chvíli, kdy si konzument produkt kupuje, daný producent už má za produkt dlouho zaplacen. Druhým bodem je myšlenka, že fairtrade produkty musí být ošetřeny i v délce obchodních mezičlánků, tedy že zde existuje určitý standard vůči přeprodávání zboží nebo nadměrné marži ze strany obchodníků. V tomto případně je třeba myslet na to, že fair trade je způsob obchodu a v těchto koncových oblastech funguje jako běžný konvenční obchod, proto je i zde prostor pro tyto praktiky.

1.5 Institucionální podpora myšlenky fair trade

Evropská unie podporuje rozvojovou spolupráci v hlavě III. s názvem „Spolupráce se třetími zeměmi a humanitární pomoc“, v kapitole 1 „Rozvojová spolupráce“ v čl. 208 Smlouvy o Evropské unii (dále jen SEU) (Fairtrade advocacy office, [online]). Podle tohoto článku je hlavním cílem politiky EU v této oblasti, která doplňuje a posiluje politiku rozvojové spolupráce vedené jednotlivými členskými státy, snížení a výhledově vymýcení chudoby. EU při-

tom přihlíží k cílům rozvojové spolupráce při provádění politik, které by mohly mít vliv na rozvojové země. Článek 209 odst. 1 SEU pak umožňuje Evropskému parlamentu a Radě přijmout řádným legislativním postupem opatření nezbytná pro provádění politiky rozvojové spolupráce. Nicméně konečné rozhodnutí záleží na každé instituci zvlášť.

Již v 90. letech vyšlo v Evropském parlamentu několik rezolucí (1994, 1998 a 2006), které vyzývaly k podpoře hnutí fair trade, které je nástrojem pro redukci chudoby, udržitelný rozvoj a osvětu mezi spotřebiteli. Poslední z roku 2006 označuje fair trade jako účinný způsob podpory udržitelného rozvoje, protože přispívá ke zvýšení ekologických a sociálních standardů a má ambici uvádět na trh, prodávat a propagovat obchod s výrobky, které jsou v souladu s určitými společenskými, ekologickými a rozvojovými kritérii. Fair trade podle Evropského parlamentu přispívá k odstranění chudoby a k vytvoření globálního partnerství pro rozvoj, a tím i k plnění Rozvojových cílů tisíciletí. Evropský parlament svou podporu systému fair trade zdůvodnil rovněž poklesem cen mnoha hlavních zemědělských vývozních artiklů (cukru, bavlny, kakaa, kávy) v rozvojových zemích, což donutilo drobné zemědělce prodávat toto zboží pod výrobní cenou (příčemž fair trade tyto podmínky narovnává). Podporou principu fair trade přitom Evropský parlament sleduje dosažení dvou souvisejících cílů: jednak podpořit drobné výrobce a zaměstnance v rozvojových zemích (mohou své zboží prodávat přímo na evropský trh, a přitom si zachovat svůj tradiční způsob života a výroby), jednak podpořit systém mezinárodního obchodu, aby fungoval lépe a spravedlivěji. Hlavní přínos usnesení Evropského parlamentu však spočíval ve vymezení fairtradových kritérií, aby se zamezilo riziku zneužití tohoto konceptu obchodními společnostmi, které vstoupí na trh s fairtradovými výrobky, aniž by splňovaly příslušná kritéria. Další institucionální podporou bylo zavedení konzumace fairtradových potravin v evropských institucích, ve veřejných institucích a zavedení kritéria férových produktů při veřejných zakázkách (Bouda, 2015 [online]). Komisi pak vyzval k vytvoření pokynů pro zadávání veřejných zakázek v rámci fair trade.

1.5.1 Cíle udržitelného rozvoje

Na Rozvojové cíle tisíciletí, které byly přijaty do roku 2015, navazuje agenda Cílů udržitelného rozvoje (SDGs). Cíle udržitelného rozvoje jsou výsledkem tříletého procesu vyjednávání, který začal na Konferenci OSN o udržitelném rozvoji v roce 2012 v Riu de Janeiro. Na formulaci SDGs se podílely všechny členské státy OSN, zástupci občanské společnosti, podnikatelské sféry, akademické obce i občané ze všech kontinentů. Agendu udržitelného rozvoje oficiálně schválil summit OSN 25. září 2015 v New Yorku v dokumentu Transforming our

World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. Zástupce Fair Trade Advocacy Office se vyjádřil k agendě SDGs pozitivně, zejména proto, že 12. cíl se zaměřuje na udržitelnou produkci a spotřebu a v celém konceptu můžeme vidět jistý odklon od předchozího paradigma Rozvojových cílů tisíciletí, které se více zabývaly rozvojovými zeměmi a méně kladly důraz na zodpovědnost zemím globálního Severu. V novém konceptu se přistupuje k zapojení se všech aktérů a ke společnému prosazování odpovědných obchodních praktik a odpovědného managementu dodavatelských řetězců. 17 nových cílů definuje oblasti, na kterých je třeba pracovat, aby byla dosažena udržitelnost na Zemi. Týkají se chudoby, hladu, rovnosti, důstojné práce, odpovědné výroby a spotřeby, klimatických opatření nebo udržitelných měst a obcí (UNDP, [online]).

2. Mezinárodní obchod

Druhá kapitola se věnuje nastavení mezinárodního obchodu, jeho praktikám a dopadům na producenty. Bude zkoumaná zejména oblast banánového obchodu, jeho historický kontext a změny v posledních letech, kdy hraje velikou roli koncentrace moci supermarketů. Cílem je poskytnout kontext a konkrétní praktiky, na které reaguje fair trade.

2.1 Banánový obchod

Mezinárodní obchod s banány zahrnuje celkem asi 15,5 milionů tun exportního ovoce ročně a je rozdělen na několik importních zón, z nichž největší tvoří Evropská unie se spotřebou 4,8-5 milionů tun, následují Spojené státy americké a Kanada, poté Rusko a Asie. Kolem 46 % exportních banánů pochází ze Střední Ameriky, 30 % z Jižní Ameriky, 15 % z Asie a 3 % z Afriky. Původ má banán v jihovýchodní Asii, ale postupem času se tato plodina rozšířila do dalších zemí tropického a subtropického pásu. Banánový obchod je známý už od 16. století, jeho podoba a systém se ale v průběhu let značně měnil a vyvíjel. Důležitým milníkem je rok 1899, kdy byla založena United Fruit Company, dnešní Chiquita (Ranson, 2011, s. 72). Právě tato firma se jala jako první role průkopníka v monokulturním pěstování banánů a nastavila tak základ pro obchod, jak jej známe dnes. Dalším významným hráčem byla Standard Fruit Company, kterou dnes známe pod jménem Dole. Obě firmy byly aktivní v některých zemích produkce – zejména v oblasti infrastruktury, železnic nebo telekomunikace (Jelen, Kocová, 2013, s. 24). Mohly tak svým působením ovlivňovat dění v zemi a dělaly to především v dobách politických krizí, a proto se těmto zemím začalo říkat banánové republiky. Mezi banánové firmy s velkým vlivem se také řadí Del Monte, Fyffes, Compagnie Frutiére nebo Noboa. O těchto firmách se mluví jako o velké banánové pětce. Tyto firmy byly tzv. vertikálně integrované, což znamená, že ovládaly veškeré články dodavatelského řetězce. Vlastnily plantáže, přístavy, chladičí kontejnery i lodě a dozrávárny. Takto nastavený obchod můžeme sledovat od 60. let. V 80. letech ovládali tři největší hráči – Chiquita, Dole a Del Monte – téměř dvě třetiny světového obchodu s banány. Na konci 20. století se ale začaly tyto poměry poměrně rapidně měnit. Firmy se začaly vzdávat přímého vlastnictví plantáží, bylo pro ně jednodušší odmítnout tak odpovědnost za špatné pracovní podmínky nebo poškozování životního prostředí. V mnoha zemích za touto změnou stál tlak ze strany vlády, která vyžado-

vala dodržování legislativy a také první ekologické iniciativy. Velká pětka tedy spíše ustoupila z vlastnictví celého řetězce a firmy začaly nakupovat od menších producentů. Pro některé to znamenalo stagnaci a pokles obrátů. V roce 2006 začala v banánovém sektoru platit nová regulace ze strany EU, kdy byly zavedeny tarify na množství dovezených banánů a snižovaly se cla (Příběh tropického ovoce, 2017, [online]). Na trh tak mohly vstoupit nové subjekty a koncentrace moci se ještě více rozmělnila. Jedním z nových subjektů jsou supermarkety a nadnárodní firmy teď hledají nové strategie, jak snižovat náklady a zůstat konkurenceschopní.

2.2 Role obchodních řetězců

Pro 85 % českých domácností je hlavním nákupem potravin jeden z obchodních řetězců. Ty se dostaly na trh zejména v 90. letech a postupně se jejich vliv a moc zvětšuje a hrají zásadnější roli. Koncentrace řetězců v českém prostředí dosahuje 66 % podílu na trhu, evropský průměr je 83 %. Obchodní řetězce mají silnou vyjednávací pozici vůči dodavatelům, kteří vzhledem k dominanci řetězců nemají jinou možnost kam svoje zboží umístit. Díky tržní moci, kterou tyto společnosti drží, jsou schopny určovat ceny a dodavatelské podmínky, přenášet náklady na dodavatele a odmítat zboží v rozporu s předchozí úmluvou. Výrobci vystavení takovému tlaku často vidí jen jedinou cestu ven, a to vyrábět tak levně, jak je to jen možné, a provádět úsporná opatření realizovaná především skrze mzdy – jedná se tedy o tlak, který se šíří celým dodavatelským řetězcem. Oba tyto druhy opatření jsou na úkor pracovníků a životního prostředí. V případě banánů se jedná ze strany řetězce o praktiku takzvaných *known value items*, což znamená, že existuje několik základních potravin, které si spotřebitel pamatuje a podle nich určuje cenovou hladinu obchodu. Právě banány do této skupiny vedle chleba, mléka, másla a sýru patří (Wright, McCrea, 2008, s. 268). V řetězcích jsou proto banány v pozici *vábničky*, která má za úkol přesvědčit spotřebitele, aby do daného obchodu přišel. Z toho důvodu je ze strany řetězce velký tlak na nízkou cenu dodavatele (Basic, 2015, s. 37). Jaký má tento tlak dopad na samotné pěstitele je předmětem další kapitoly.

2.2.1 Neférové obchodní praktiky

Tlak napříč dodavatelským řetězcem je specifická praktika, kterou můžeme zaznamenat právě ze strany supermarketů vůči dodavatelům. Trh s potravinami je možné si představit jako přesýpací hodiny, v nichž jsou na jedné straně miliony spotřebitelů a na straně druhé tisíce

výrobců – dodavatelů, řetězce pak najdeme právě veprostřed v oné nejužší, ale nejdůležitější části. Právě řetězce totiž fungují jako „vrátní“, kteří hlídají, jaké zboží se ke spotřebitelům dostane. Takového exkluzivního postavení mohou řetězce zneužívat a také se tomu tak děje jak v ČR, tak v dalších zemích EU. Svým dodavatelům často vnucují velmi nevýhodné obchodní podmínky, přenášejí na ně obchodní rizika a tlačí je k extrémně nízkým cenám. Označujeme to jako „neférové obchodní praktiky“ (unfair trading practices UTPs) a jejich škála je opravdu velmi široká, od placení poplatků za prostor v regále, po zrušení objednávky bez udání důvodu. Nejhůře na tuto situaci doplácí ti, kdo jsou na samém začátku dodavatelského řetězce – tedy pěstitelé a pracovníci. Snižují se mzdy, množí se krátkodobé smlouvy, šetří se na pracovních pomůckách, potlačují se odbory (Basic, 2015, s. 15)

2.3 Podmínky a problémy spojené s produkcí na plantážích

Mezi exportními zeměmi banánů najdeme takové, které stojí zejména na této komoditě. Ceny banánů na světových trzích často kolísají, protože zde hraje roli více faktorů – například přírodní katastrofy nebo politické problémy. Odběratelé tlačí na co nejnižší cenu a příjmy producentů se stávají nestabilní. V dodavatelském řetězci se tak může rozpoutat zmiňovaný domino efekt, který končí u drobných producentů a pracovníků. Jednotlivé problémy spojené s tlakem na cenu jsou vysvětlené v následujících podkapitolách.

2.3.1 Monokulturní způsob pěstování

Většina banánů pochází z monokulturních plantáží. Výhodou tohoto druhu pěstování je snadná manipulace a rychlý způsob obdělání půdy. Na druhou stranu tradiční postup pěstování – ten diverzifikovaný – má svůj význam v tom, že jsou banánovníky pěstovány společně s dalšími užitkovými rostlinami a funguje tam vzájemná symbióza. Monokulturní pěstování má negativní sociální a environmentální dopady. Způsobuje erozi půdy, snižuje druhovou rozmanitost, vyčerpává půdu a zejména potřebuje vysokou spotřebu agrochemikálií ((Ranson, 2011, s. 74). Banány jsou po bavlně druhou nejvíce chemicky ošetřovanou plodinou na světě.⁵ Používání agrochemikálií je nebezpečné zejména pro pracovníky, kteří jsou nuceni s nimi manipulovat, pro místní obyvatele, pro faunu i flóru, pro vodní zdroje a celé ekosystémy. Spotřeba pesticidů se stále zvyšuje a pracovníci na plantážích přicházejí do styku s chemikáliemi denně. Pesticidy působí na lidský organismus různými formami – objevují se

⁵ Prvenství v nejvíce chemicky ošetřované plodině má bavlna.

kožní a oční nemoci, dýchací problémy, rakovina, neplodnost. Agrochemikálie se hromadí v tělech lidí, ale i zvířat, znečišťují půdu a vodní zdroje. Lidé, kteří bydlí v okolí plantáží tak nemají přístup k nezávadné vodě na pití nebo vaření (Jelen, Kocová, 2013, s. 24). Mnohé z prostředků, které se na plantážích používají, patří mezi látky označené Světovou zdravotnickou organizací (WHO) jako nebezpečné. Studie německé organizace Oxfam, která zkoumala banánový a ananasovou produkci potvrdila, že se na plantážích běžně používají jedovaté látky jako paraquat, který není licencovaný pro užití v EU, nebo rakovinotvorné produkty jako mancozeb a glyphosát. Pesticidy jsou běžně rozprašovány z letadel. Během průzkumu plantáže uvedlo 60 procent pracovníků, že pracují na plantáži i během leteckého rozprašování nebo bezprostředně po něm, což je zcela zjevné porušení státem doporučované bezpečnostní přestávky pro přerušení práce. Zaměření na monokulturní způsob pěstování také ohrožuje produkci dalších lokálních plodin a země se tak stává závislá na dovozu potravin z ostatních zemí (Frundt, 2009, s. 277).

2.3.2 Pracovní podmínky

Podle Mezinárodní organizace práce a Mezinárodní deklarace lidských práv by měly všechny země dodržovat a respektovat práva zaměstnanců na sdružování a kolektivní vyjednávání, zákaz dětské práce, nediskriminaci a rovnost platů.

Na plantáže jsou lidé často najímání na krátkodobé smlouvy, většinou tříměsíční, které je udržují v permanentní nejistotě a poslušnosti vůči zaměstnavateli. Pracovníci jsou často najímání skrze prostředníky, a nadto jsou zde hojně zaměstnáváni migranti, kteří o to méně znají svoje zaměstnanecká práva. Stížnost nebo protest je často důvodem smlouvu neprodloužit. Z rozhovorů s pracovníky vyplývá, že existují tzv. blacklisty, které si mezi sebou zaměstnavatelé sdílí a jakmile se na takovém zaměstnanci ocitnou, není jim umožněno práci dále vykonávat. Je to zároveň i riziko pro celou rodinu. Což je v zemích, kde není mnoho jiných možností zaměstnání velmi problematické.

Podle článku 23 Mezinárodní deklarace lidských práv mají všichni právo utvořit odborovou organizaci nebo do ní vstoupit. Toto právo je v banánovém průmyslu ale velmi často opomíjeno a porušováno. V některých případech vůbec odbory neexistují a panuje zde strach z jejich založení. Ve firmách, kde odbory již fungují, je velmi častá šikana, snížení platů, přeřazení na horší pozici právě po vstupu zaměstnanců do odborů a zapsání na zmiňované černé listiny zaměstnanců.

Další oblastí porušování práv jsou velmi nízké platy, neproplacené přesčasy a dlouhá pracovní doba. Lidé na plantážích musejí často při příchodu rovnou napsat i svůj oficiální odchod. Reálně jsou ale na plantáži mnohem déle, ale přesčasy jim nejsou proplaceny. Přitom v zemích produkce stoupají náklady – ceny základních životních potřeb, kam spadá jídlo, zdravotní péče, vzdělání, bydlení, doprava a telekomunikace se zvýšily v Kolumbii o 92 %, Ekvádoru o 129 %, Kostarice o 218 %, Dominikánské republice o 278 %.⁶ Ale platy pracovníků stagnují. Na příkladu Ekvádoru lze vidět, že zákonná minimální mzda v posledních letech stoukala až na 379 euro za měsíc, ale ve stejné chvíli byly vyčísleny náklady na rodinný spotřební koš na prahu chudoby na 598 euro měsíčně. (Oxfam, 2016, s. 26) Lidé si tak nemohou dovolit spořit pro případ nemoci, náhlé události nebo přírodní katastrofy. Pro mnohé z nich je také vyplácení mezd a způsob odměňování velmi netransparentní, protože nedostávají výplatní pásky. Častým projevem porušování pracovních práv je chování vůči ženám. Zaměstnavatelé jim vyplácejí za stejnou práci menší mzdu než mužům a v případě těhotenství nejsou respektovány bezpečnostní opatření a ženy jsou nuceny vykonávat nebezpečné profese nadále (Oxfam, 2016, s. 26). Za tímto nastavením je třeba hledat nastavení systému zdravotní péče na pracovištích. Firemní lékaři jsou často najímání samotnou firmou, a proto pracují v její prospěch a posílají zaměstnance do pracovního procesu i v případě nemoci nebo zranění (rozhovory, 2016).

2.4 Od teorie k praxi

Od 80. let je nejvíce signifikantní neoliberalismus v obchodních organizacích jako je World trade organization (WTO) nebo International monetary fund (IMF). Neoliberalismus je spojen s podporou soukromého sektoru, deregulací a snižováním státních zásahů a intervencí trhu a podporou volného obchodu mezi národy. Stejně tak se více objevovaly důsledky globalizace, které nebyly vždy výhodné pro všechny země. Nerovnováha mocenského rozložení, velké národní a nadnárodní firmy dominující trhu a producenti, kteří jsou fragmentovaní. Výsledkem je tlak na cenu, vyšší náklady na straně dodavatelů, využití tržní síly k přenesení rizika na dodavatele (Fairtrade, ToC, [online]). Přenesením rizika se myslí neuzavírání přímých smluv s dodavateli, krátké předběžné financování slev a pokrývání marketingových nákladů

⁶ Vypočítáno dle Ekonomické komise pro Latinskou Ameriku – ECLA a mezinárodní měnový fond - Banana value chains in Europe and the consequences of Unfair Trading Practices - October 2015, Basic & Banana Link

a zpoždění plateb dodavatelům. Je zde také tlak na zvýšení produktivity, proto se používají neudržitelné praktiky v oblasti výroby i pěstování – například monokulturní způsob pěstování banánů za používání velkého množství pesticidů. Tímto výčtem praktik se dostáváme na samý začátek řetězce, k samotným pěstitelům, výrobcům a zaměstnancům. Přestože téměř všechny státy ratifikovaly Konvenci o důstojné práci ILO a firmy mají podepsané dokumenty, které mluví o zavedených kodexech práce a pracovních podmínkách, je zde stále veliký rozdíl mezi teorií a praxí zejména v oblasti přístupu k pracovním právům.

2.4.1 Teorie změny

Systém Fairtrade (zde je používán Fairtrade s velkým F, protože se Teorie změny týká zejména samotné organizace Fairtrade International) si všechny výše zmíněné problémy uvědomuje a jeho vizí je právě toto nastavení současného obchodu změnit. Pro účely realizace myšlenky spravedlivého obchodu existují základní dokumenty, které popisují principy, dlouhodobé cíle a strategie. Mezi tyto zásadní dokumenty patří Bílá kniha Fairtrade (2008), Dlouhodobé cíle Fairtrade (2012), Fairtrade workers rights strategy (2012), Strategic Framework (2013) nebo Fairtrade Global Strategy (2016). V roce 2011 byla z iniciativy FI zahájena práce na novém dokumentu Theory of Change (ToC), který je součástí monitorovacích nástrojů pro jednotlivé změny, které se v rámci mezinárodního obchodu dějí za přispění systému Fairtrade. Tento proces byl interně nazván MEL – Monitoring, evaluation and learning. ToC zachycuje jednotlivé změny, které Fairtrade dělá jako systém a definuje je jako okamžité, krátkodobé a dlouhodobé. Tyto změny napomáhají plnění cílů, které si Fairtrade klade. Teorie změny se zaměřuje na ty aspekty Fairtrade, které jsou poměrně neměnné a dlouhodobé, nicméně dochází k jejich přezkoumání a zhodnocení toho, zda se daná změna děje podle plánu nebo zda je třeba přijmout určitá opatření. Důležitost dokumentu ToC spočívá v tom, že existující strategie mají potřebný základ informací, ale v ToC je zásadní přítomnost „stakeholderů“ (drobných pěstitelů z producentských zemí, zaměstnanců národních poboček Fairtrade International a samotných zaměstnanců FI), kteří byli do procesu tvoření ToC v letech 2011 až 2013 zahrnuti a mohli tak přinést vlastní postřehy z reálné praxe. Další kolo zapojení těchto „stakeholderů“ proběhlo v roce 2015. Teorie změny lze považovat za návod, jak uskutečňovat změny v konkrétních krocích. Jednotlivé fáze jsou specifikovány do klíčových principů a intervencí, výstupů, výsledků, dopadů, cílů a vizí. Pro názorné vysvětlení celé teorie bude použita grafika, která mapuje ToC a její jednotlivé posloupnosti, vize a zamýšlené změny.



Schéma 1. Teorie změny, Zdroj: Theory of change.

2.4.2 Cíle Fairtrade

Myšlenka certifikace Fairtrade a celkové nastavení spravedlivého obchodu si dává za cíl pokrýt nerovnosti způsobené klasickým způsobem obchodu a působit jako příklad dobré praxe pro udržitelnost obchodu. Fairtrade si klade tři základní cíle. První je udělat obchod spravedlivý natolik, aby drobní producenti mohli vytvářet udržitelné a odolné způsoby podnikání, aby byly dodržovány práva a svobody pracovníků, kteří dostávají důstojnou mzdu (Teorie změny, 2015, s. 9). Spotřebitelé jsou informováni o férových praktikách a Fairtrade vyžadují jako standard. Fairtrade je brán jako ekonomický, sociální a environmentální přínos obchodu. Tyto férovější podmínky jsou základem pro další dva cíle a celkovou vizi o udržitelném obchodním systému, o který Fairtrade usiluje. Druhý cíl si klade za úkol podporu drobných producentů, kteří mají dovednosti pro vyjednávání, spolupráci a ovlivňování vlastního života. V konkrétních krocích je to posilování nezávislosti, demokratické vedení organizací, zlepšení vyjednávacích schopností vůči zákazníkům i zaměstnancům, dosahování ekonomické stability a zvyšování společného vlivu. Třetí cíl se zaměřuje na udržitelné živobytí – zlepšení v příjmu, důstojné pracovní i životní podmínky, což jsou aspekty, které společně s naplněnými předchozími cíli tvoří udržitelný celek.

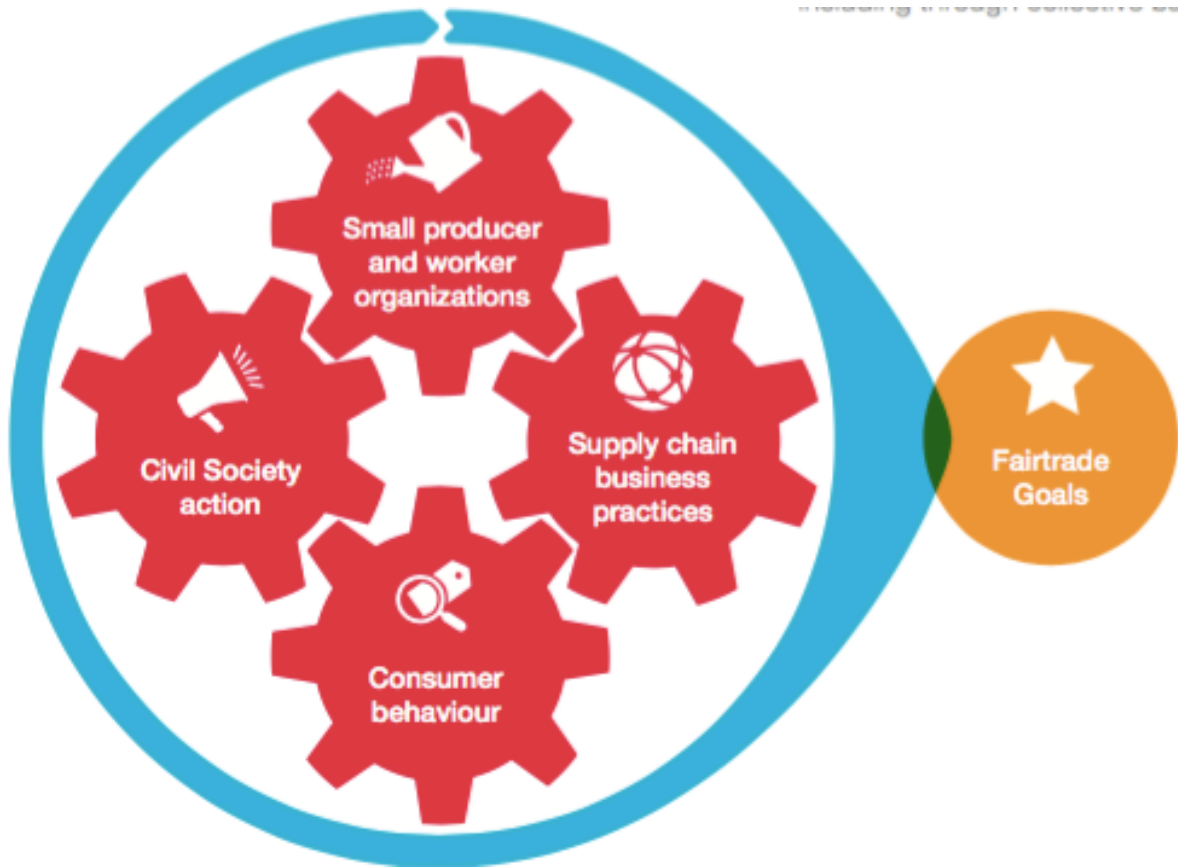


Schéma 2. Oblasti působení cílů Fairtrade, Zdroj: Teorie změny

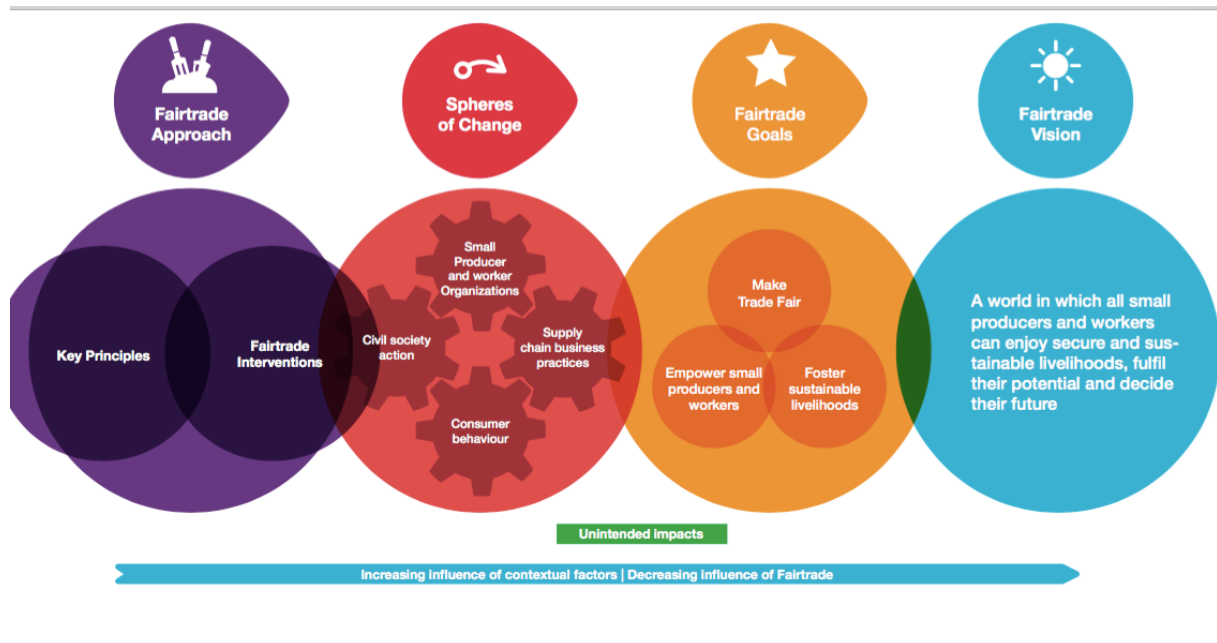


Schéma 3. Oblasti podpory Fairtrade, Zdroj: Teorie změny

Pro naplňování těchto cílů jsou ze strany Fairtrade vybrány 4 oblasti, které je třeba podporovat a zlepšovat. První oblastí jsou malí producenti a pracovníci, kterým FT pomáhá vytvářet silné a nezávislé organizace, většinou družstva. Pro pracovníky to znamená formování nezávislých odborů, které mohou zajistit zejména kolektivní vyjednávání. Druhou oblastí je zajištění takových obchodních praktik dodavatelského řetězce, které jsou prospěšné také pro producenty a pracovníky (kompenzace nedostatků trhu – transparentnost v dodavatelském řetězci, respekt k lidským právům – viz kapitola 2.3.2). Třetí oblastí je zvyšování povědomí spotřebitelů o neférových praktikách, aby měli dostatek informací a mohli se na základě nich rozhodnout, jaký způsob obchodu podpoří. Čtvrtá oblast popisuje podporování občanských aktivit jak na národní, tak i mezinárodní úrovni. K měření dopadů v těchto oblastech se používají dva různé druhy přístupů, jak je patrné z příloženého obrázku.

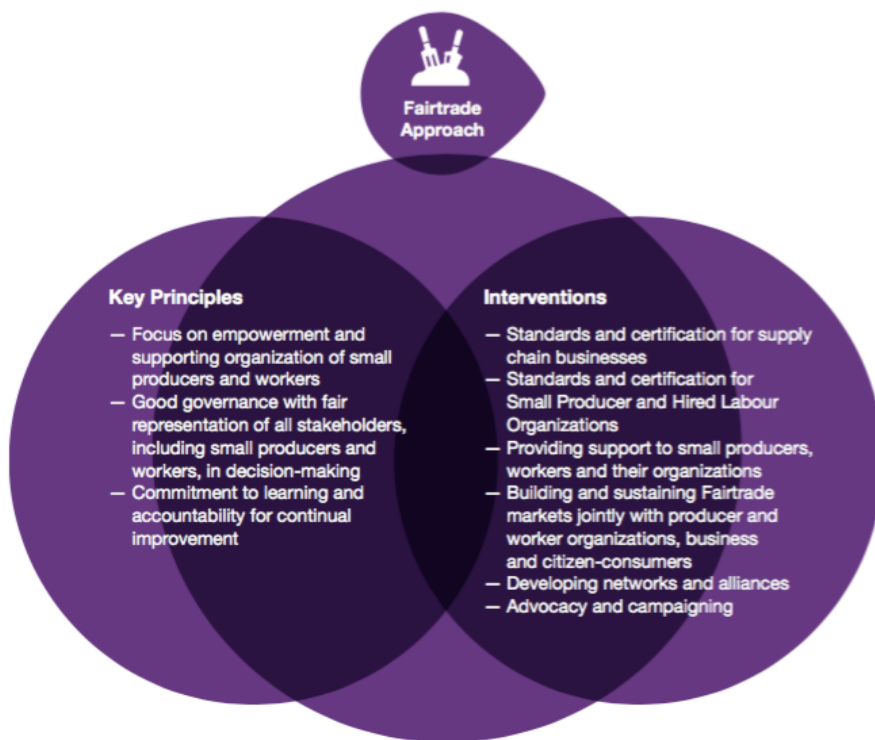


Schéma 4 – Principy a intervence Fairtrade, Zdroj: Teorie změny

2.4.3 Klíčové principy a Intervence

Fairtrade má definované cíle i oblasti působení. V dalším kroku se Teorie změn zaměřuje na klíčové principy a intervence, které je třeba zapojovat, aby se mohly naplnit vize spravedlivějšího obchodu. Mezi klíčové principy se řadí zaměření na podporu malých producentů

a pracovníků, dobré vládnutí se spravedlivým zastoupením všech zainteresovaných, což zahrnuje i malé producenty, pracovníky a důležité aktéry rozhodování (například valná hromada Fairtrade International je tvořena z 50 % zástupci z řad producentů a pracovníků. Rada FI má 4 svoje členy nominované z řad producentů, 4 nominované z národních organizací FT a 3 členové jsou nezávislí). Posledním klíčovým principem je závazek k dalšímu zlepšování a kontinuální změně k lepším podmínkám v obchodě. Mezi intervence řadíme standardy a certifikace pro dodavatelský řetězec. Patří sem standardy a certifikace pro malé producenty a námezdní pracovníky, dále zajišťování podpory pro malé producenty, pracovníky a jejich organizace. Intervencí je také vytváření a udržování fairtradového trhu společně s producenty i obchodníky, vytváření sítí a aliancí a celou oblast lobingu a vytváření kampaní.

2.4.4 Proces změny

Proces změny začíná s takzvanou intervencí Fairtrade, která později vede ke hmatatelným výstupům v podobě zvýšení povědomí spotřebitelů o Fairtrade, využití sociální prémie nebo zvýšení výkupních cen. Tyto výstupy potom vedou k dalším změnám, ať už krátkodobého, střednědobého nebo dlouhodobého charakteru, jako je zlepšení podmínek producent-ských organizací, udržitelný obchodní systém nebo rozšíření vlivu malých producentů.

Příkladem změny může být ukázka intervence, kterou je minimální garantovaná cena, která zajišťuje pro producenty to, že za svůj produkt dostanou zapláceno tolik, kolik byla reálná cena výroby a není třeba přistupovat k dalšímu opatření v podobě levné pracovní síly, dětské práce nebo snižování nákladů na zaměstnance. Výstupem je tedy ochrana před cenovou zranitelností producentů, výsledek je v tomto příkladu zvýšení ziskovosti a zároveň zmenšení finančního riziku a dopad je vyšší zisk, zmenšení zranitelnosti a chudoby.

Můžeme vidět ukázkou diagramů očekávaných výstupů z intervencí Fairtrade, které přispívají k zamýšleným výsledkům a dopadům. V praxi mohou být výstupy, výsledky a dopady (output, outcome, income) jednak zamýšlené nebo neúmyslné, jednak pozitivní nebo negativní. Ne všechny výstupy a dopady jsou v diagramech uvedeny, protože jsou buď považovány za vedlejší nebo neúmyslné – ToC zahrnuje ty nejvíce pravděpodobné, zamýšlené a pozitivní výsledky.

2.4.5 Sociální prémium v teorii změny

Teorie změny má v sekci intervence dva body, které se úzce věnují drobným producentům organizacím. Prvním bodem jsou Standardy a certifikace, pod něž spadá rozvoj obchodu, demokratický přístup, participace a transparentnost a pracovní podmínky. Druhým bodem je podpora drobných producentů, pracovníků a jejich organizací, která spočívá v lepším přístupu na trh, posilování komunity a organizace jako takové. Výstupem této změny by měla být větší investice do malých producentů, jejich organizace a komunit. Další výstup je společné investování i individuální rozdělování sociálního prémia. Tyto výstupy by měly mít za výsledek lepší pracovní podmínky pro zaměstnance, vyšší produktivitu a kvalitu, eliminaci neudržitelných praktik v oblasti pěstování a udržitelný rozvoj přírodních zdrojů. Dále by mělo dojít ke zlepšení podpory a služeb v rámci drobných producentů organizací a v komunitách. Dalším výsledkem by měla být podpora zranitelných a marginalizovaných skupin. Poslední fáze procesu změny je dopad – ten by měl zahrnovat zlepšení příjmu domácností a životních standardů. Mělo by dojít ke zmenšení rizika a zranitelnosti producentů, a naopak by se měla zvýšit potravinová bezpečnost. Mělo by dojít ke zlepšení přístupu k základním službám a také ke zvýšení environmentální udržitelnosti organizací a odolnost vůči klimatické změně. Změna by měla působit také v oblasti mezigenerační udržitelnosti venkovských komunit a zvýšit spolupráci v komunitách. Celé schéma teorie změny je uvedeno pod číslem 4. Fairtrade se zaměřuje na roli drobných producentů jakožto zásadních aktérů na trhu, kteří mohou ovlivnit jeho nastavení a environmentální stránku produkce. Sociální prémium je vnímáno jako zásadní zdroj pro financování projektů zaměřených na zvyšování kapacit, které později vede k větší udržitelnosti těchto producentů komunit (FAO, [online], s. 67). Zvyšování kapacit má směřovat k dosažení blaha samotných účastníků prostřednictvím uvědomění si vlastních práv, přemožením příčin vyloučení a zastáváním aktivní role ve společnosti. K tomu je potřeba dosáhnout změny na osobnostní, ekonomické, sociální i komunitní úrovni. Právě možným přínosům v těchto zmíněných oblastech se bude věnovat analýza kvalitativních rozhovorů. Pozitivní dopad v oblasti ekonomické, sociální, osobnostní i komunitní je považováno za znaky dobrého projektu zvyšování kapacit (Osunde, Omoruyi, 2003, s. 5). Není zde výrazná změna v ekonomice na celostátní úrovni, ale za úspěšné se považuje rozvoj malých a středních podniků, které mohou být klíčovým nástrojem boje s chudobou a změnění nastavení mezinárodního obchodu.⁷

⁷ Hoffman in Easterly, 2008, s. 489



Schéma 5, Teorie změny v krocích, Zdroj: Teorie změny

3. Výzkum

V praktické části práce se zmiňovaná Teorie změny aplikuje na případovou studii družstva Coobana.

Moje výzkumná část práce se zaměřuje na dopady sociálního prémia Fairtrade v družstvu Coobana. Dopady je myšlena čtvrtá fáze teorie změny: intervence – výstup – výsledek – dopad. Spravedlivý obchod je v mezinárodním pojetí už poměrně dlouho ukotven, ale samotný koncept změny vyšel v platnost teprve před několika roky a pro běžného spotřebitele, který podporuje myšlenku spravedlivého obchodu je zřejmě neznámý. Zároveň se ve společnosti objevuje velké množství skepse vůči snahám o certifikace a koncepční změnu prostřednictvím označování produktů (Sylla, 2014, s. 34). To byl jeden z důvodů, proč jsem se rozhodla konfrontovat informace a teorie o certifikaci Fairtrade, které jsem během studia i pracovních zkušeností získala a zjistit, jakým způsobem je jiný způsob obchodu opravdu prospěšný pro lidi, kteří jsou do něj zapojeni. Jako výzkumný problém jsem si stanovila otázku – Jak naplňuje Fairtrade Teorii změny v oblasti sociálního prémia v družstvu Coobana. Ve výzkumu jsem se proto snažila zjistit, zda a jak jsou využity prostředky získané ze sociálního prémia v souladu s teorií. Během výzkumu jsem konfrontovala zjištěná data s tím, co je teoreticky popsáno ve schématu Teorie změny.

Svůj výzkum považuji přínosný v oblasti sdílení dobré praxe, kdy příklady z daného místa mohou posloužit jako inspirace pro další fairtradová družstva, případně pro fungování komunitních skupin nebo družstev, které se i v zemích globálního Severu poslední dobou dostávají opět více do povědomí. Nicméně je třeba vzít v potaz, že každá komunita, družstvo i organizace vychází z jiných podmínek, operuje v rozlišném prostředí a má jiný kulturní kontext, proto není možné tento příklad globálně zobecnit, ale spíše ho použít jako příklad dobré praxe. Záměrem výzkumu nebylo udělat hloubkovou analýzu použití sociálního prémia v družstvu Coobana, ale spíše zmapovat realizované projekty a dozvědět se více o tom, jak fungují a zda je vnímáno zapojení družstva do Fairtrade pozitivně.

Výzkum k diplomové práci jsem realizovala na přelomu července a srpna roku 2016 v oblasti Bocas del Toro, ve městě Changuinola na severozápadě Panamy. Před samotnou cestou jsem vyhledávala zdroje a studovala teoretické podklady k tématu Fairtrade a specifickou oblast samotného sociálního prémia. Díky ročním reportům a informacím dostupným v databázích

Fairtrade International jsem již při odjezdu do Panamy rámcově věděla, co se v daném družstvu se sociálním prémium realizuje, proto jsem mohla dané předpoklady zkonfrontovat s děním v Coobaně. Respondenty mého výzkumu byli vedoucí pracovníci družstva Coobana, dlouhodobí zaměstnanci a pracovníci na běžných pozicích na plantážích i v balírně a také lidé, kteří nejsou zaměstnanci družstva. Během výzkumu se podařilo učinit rozhovor s celkem třiceti lidmi přímo napojenými na družstvo a místní komunitu. Pro srovnání podmínek a celkového zarámování problematiky jsem měla také možnost mluvit s lidmi, kteří pracují pro velké firmy zabývající se pěstováním banánů v konvenčním stylu v sousedící oblasti, kde proběhlo dalších dvacet rozhovorů. Právě tyto rozhovory byly důležité pro pochopení toho, jak je banánový obchod nastavený a jakou roli hraje pozice zaměstnavatele v nastavení pracovních podmínek. Samotné rozhovory pro účely výzkumu byly zprostředkovány naší kontaktní osobou v družstvu Coobana, celý pobyt v družstvu byl předem domluvený, a proto nebylo ze strany družstva problém vyjít potřebám výzkumu vstříc a spojit mě s dalšími případnými respondenty, kteří se ukázali potřební na základě předchozích rozhovorů. Rozhovory probíhaly ve španělštině a byly nahrávané na diktafon, kam byl udělán i stručný komentář, zevrubný překlad. Po návratu byly všechny nahrávky důsledně přeloženy a podrobněji analyzovány. Rozhovory byly vedeny na základě základní struktury, která se ale měnila v průběhu času a podle již zjištěných informací.

3.1 Metodologie

Popsaný výzkum je případovou studií družstva Coobana. Cílem výzkumu je zjistit, jak se v Coobaně používá sociální prémium a zda je tak naplňována teorie změny dle Fairtrade International. Ve výzkumu dochází k pozorování a popisování realizovaných projektů a změn a jejich porovnávání s teorií, ale jeho charakter není evaluační, ale popisný (Hendl, 2005). Výzkum chce poukázat na rozdíly mezi praxí a teorií, na oblasti, kde se teorie i praxe potkává a má zamýšlený dopad. Předmětem studie jsou zaměstnanci a vedení družstva Coobana (1), aktivity a projekty (2) realizované prostřednictvím sociálního prémie a jejich dopad (3) na komunitu.

Mezi respondenty výzkumu byli zahrnuti všichni relevantní zástupci. Mým cílem bylo setkat se nejen s vedením družstva, ale zejména s pracovníky a zaměstnanci, kteří jsou příjemci benefitů sociálního prémie. Chtěla jsem se setkat také s lidmi, kteří nepůsobí v družstvu, abych

mohla zjistit jejich postoj a případný vliv prémie na jejich život, a aby nebyli opomenuti žádní důležití aktéři celého procesu. Základní respondenti byli předem daní, ale rozhodnutí setkat se s dalšími potenciálními respondenty vyplývalo z předchozích rozhovorů. Jak už jsem zmínila, celkově bylo provedeno třicet rozhovorů a se všemi respondenty byl podepsán formulář o možnosti zveřejnění získaných výpovědí i fotografií. Při sběru dat jsem využívala metodu kvalitativních rozhovorů, pozorování a studium dokumentů. Rozhovory byly vedeny jak individuálně, dle předem připravených otázek, tak i polostrukturovaně ve větších skupinách, například při návštěvě konkrétních projektů, kde bylo přítomných vícero zúčastněných respondentů. Pozorování probíhalo zejména na pracovišti – v balírně a na plantážích, kde jsem mohla pozorovat pracovní podmínky – a také při realizaci školení pro zaměstnance a mládež z komunity. Všechna data byla následně přeložena a přepsána a kategorizovaná dle kategorií vycházejících z teoretické části práce.

Výzkum v této práci se zaměřuje na dopady sociálního prémie Fairtrade v družstvu Coobana. Výzkumná otázka zní: Jak naplňuje Fairtrade Teorii změny v oblasti sociálního prémie v družstvu Coobana? Hypotézy odvozené z teoretické části jsou následující: Sociální prémium zajišťuje vyšší příjmy domácností a zvyšuje životní standardy (1). Sociální prémium zvyšuje potravinovou bezpečnost v družstvu Coobana (2). Sociální prémium zlepšuje přístup k základním službám (3) Sociální prémium zvyšuje environmentální udržitelnost organizace a odolnost vůči klimatické změně (4). Sociální prémium má vliv na mezigenerační udržitelnost komunity a zvyšuje spolupráci v ní. Výzkumná otázka a hypotézy budou zodpovězeny, potvrzeny nebo vyvráceny na základě analýzy dat a zkoumání daných dokumentů v dalších kapitolách práce.

4. Dopady konceptu fair trade na vybrané družstvo Coobana

Družstvo Coobana sídlí v severozápadní provincii Bocas del Toro, poblíž města Changuinola. Na tomto družstvu je neobvyklý jeho vznik a dosavadní fungování. Družstvo bylo založeno bývalými pracovníky firmy Chiquita. Název Coobana je tvořen zkratkou ze slov The Cooperativa Bananera del Atlantico R. L. a v současnosti má více než 600 zaměstnanců. 220 z nich jsou členové družstva a všichni jsou součástí odborového svazu SITRAPBI, což je Unie pracovníků za nezávislou banánovou produkci, která reprezentuje všechny pracovníky plantáží mimo ty vlastněné firmou Chiquita. Družstvo Coobana spravuje více než 550 hektarů banánových rostlin a exportuje každý týden 15 až 20 kontejnerů banánů do Evropy (RHSP, [online]). Kapitola se věnuje historii a vzniku daného družstva, objasňuje koncept družstev a vysvětluje jejich fungování v propojení se systémem fair trade. Dále je v praktické části analyzováno použití a využití sociálního přímia ve prospěch družstva a celé komunity. Je zde operováno konceptem teorie změny, která je základním dokumentem Fairtrade International a nastiňuje, jak by se měla změna odehrát, dalším konceptem je budování kapacit, které jsou jádrem sociálního přímia a určitým zarámováním snah o podporu malých producentů a také koncept spill over, který vyjadřuje přínos nad rámec primárního záměru.

4.1 Historie družstva a mezinárodní spolupráce

V 90. letech Panama částečně vlastnila firmu Chiquita, která spravovala velké území plantáží. 74 pracovníků se v roce 1991 rozhodlo, že využijí nabídky panamské vlády, která v tu dobu prodávala půdu drobným producentům, a rozhodli se založit svůj vlastní podnik. O rok později byla zaregistrovaná Coobana. V roce 2009 až 2010 procházel panamský banánový průmysl krizí, a právě v tu dobu Coobana udělala dvě zásadní dohody s obchodními aktéry na evropském trhu. První spojení bylo s britskou firmou Cooperative group of supermarkets, která byla průkopníkem v oblasti prodeje fairtradových banánů a hledala v tu dobu partnery, kteří by se stali dodavatelé. Tato organizace se zavázala k nákupu banánů za minimální fairtrádovou cenu, platbu sociálního příplatku a také se zavázala k investování 400 000 USD ze speciálního fondu na sociální rozvoj v 5 komunitách. Tyto peníze byly použity na budování kapacit, na budování obnovitelné energie, sanitaci a přístup k vodě. Druhá dohoda byla s holandskou společností AgroFair. Ta byla založena v roce 1996 s cílem obchodování

s certifikovaným ovocem. Partnerství s AgroFairem pro Coobanu znamená to, že může obchodovat s certifikovanými banány a zároveň je také spoluvlastníkem podílu firmy skrze Agrofair Producers' Cooperative – stejně jako další producentské asociace z Latinské Ameriky a Karibiku. Samotná firma AgroFair (AgroFair, [online]) podporuje družstvo v několika oblastech: 1. v oblasti kvality, dohledatelnosti zboží a certifikaci, 2. produktivitě, cenové efektivitě a monitoringu, 3. organizaci a managementu, 4. udržitelnosti (v oblasti environmentálního i sociálního impaktu) (Smith. 2013, [online]). Pro pochopení fungování družstva je třeba vysvětlit, na jakém principu jsou družstva zakládána a kde jsou přesahy do oblasti fair trade.

4.2 Koncept družstevnictví

Družstevní hnutí se začalo šířit na počátku 20. století. Průkopníkem v rozvoji byla Velká Británie, což mělo za následek rozmach družstevnictví i v koloniích a poté v dalších asijských a afrických zemích. V období dekolonizace Afriky se družstevnictví stalo jednou z hlavních forem ekonomického a sociálního uspořádání kontinentu (Vacenovský, s. 106). V současnosti jsou družstva pojímána jako součást sociální solidární ekonomiky a mají svoje specifické postavení a zastoupení ve všech odvětvích ekonomiky. Ukazuje se, že jsou schopné si udržet stabilitu během hospodářských krizí a globálních výzev.

4.3 Definice družstva

Družstvem se chápe obchodní model, který je založený na etických hodnotách a principech a jeho cílem je zajistit potřeby svých členů. Podle Mezinárodní družstevní aliance International Cooperative Alliance (ICA)⁸ je družstvo definováno jako „autonomní sdružení dobrovolně spojených osob za účelem naplnění jejich společných ekonomických, sociálních a kulturních potřeb prostřednictvím společně vlastněného a demokraticky vedeného podniku“. Primárním cílem družstev není vytvářet zisk, ale užitek pro své členy. Důležitým aspektem družstev je společné vlastnictví, management i kontrola vykonávána členy družstva. Můžeme říct, že člen družstva je vlastníkem, výrobcem, zákazníkem i manažerem.

⁸ ICA sdružuje 800 milionů členů družstev ze 75 zemí celého světa.

Základní odlišností družstev od jiných typů podniků tedy je, že existují primárně pro své členy a jejich potřeby. Na druhou stranu je však nutno upozornit, že družstva nejsou ne-zisková (non-profit), nýbrž jsou ne-pro-zisková (not-for-profit). Družstva slouží potřebám svých členů a poskytují členům ekonomické výhody spočívající ve zvýšení příjmů, zlepšení kvality života a zároveň v co nejlepším využití zdrojů svých členů, místo dosahování zisku. Právě proto je v družstvech spatřován velký potenciál k přispění snížení chudoby, zlepšení postavení a vytváření pracovních míst.

4.4 Družstevní hodnoty a principy

Družstevních hodnot bylo definováno 10 a řadí se mezi ně svépomoc, vlastní odpovědnost, demokracie, rovnoprávnost, spravedlnost a solidarita a etické hodnoty jako poctivost, otevřenost, sociální odpovědnost a péče o jiné. Od těchto hodnot je odvozeno 7 významných principů určujících družstevní identitu:

1) dobrovolné a otevřené členství; 2) demokratické řízení družstva členy; 3) ekonomická participace členů; 4) autonomie a nezávislost (na vládních orgánech či politických stranách); 5) vzdělání, odborná příprava a informování členů; 6) spolupráce mezi družstvy; 7) závazek a odpovědnost vůči komunitě.

Při srovnání principů fair trade a družstevních principů najdeme oblasti, které se shodují a protínají. Proto je spojení těchto dvou systémů tak běžné a z pozice fair trade principů i žádoucí. V tabulce principů fair trade a družstevní identity lze vyčíst, kde se oba koncepty protínají a doplňují.

Fair trade princip	Družstevní hodnoty	Družstevní principy
Vytváření příležitostí pro ekonomicky znevýhodněné pěstitele a výrobce	Svépomoc Solidarita Sociální zodpovědnost Péče o druhé	Ekonomická účast členů Závazek a odpovědnost vůči komunitě
Transparentnost a odpovědnost	Solidarita Čestnost Otevřenost	Demokratické členské rozhodování a řízení Spolupráce mezi družstvy
Férové obchodní praktiky	Solidarita Sociální zodpovědnost Péče o druhé	Spolupráce mezi družstvy Závazek a odpovědnost vůči komunitě
Vyplácení férové ceny	Rovnost Solidarita	Spolupráce mezi družstvy Závazek a odpovědnost vůči komunitě
Vyloučení dětské a nucené práce	Sociální zodpovědnost Péče o druhé	Závazek a odpovědnost vůči komunitě
Nediskriminace, rovnost příležitostí, podpora ekonomické soběstačnosti žen a svoboda shromažďování	Rovnost Spravedlnost	Vzdělávání, výchova a informovanost
Dobré pracovní podmínky	Sociální zodpovědnost Péče o druhé	Závazek a odpovědnost vůči komunitě
Budování kapacit	Solidarita Svépomoc Sociální zodpovědnost	Vzdělávání, výchova a informovanost
Propagace fair trade	Čestnost	Vzdělávání, výchova a informovanost
Ochrana životního prostředí	Sociální zodpovědnost	Závazek a odpovědnost vůči komunitě

Tabulka 1. Principy fair trade a družstevní identita

Zdroj: Vacenovský, Družstva v rozvojových zemích

4.5 Certifikace Fairtrade

Coobana je tradiční banánová enkláva. V 90. byla tato oblast zasažena ekonomickou krizí a velké firmy přestaly fungovat, zejména kvůli konfliktům mezi zaměstnanci a zaměstnavateli. Právě tento fakt a motivace zakladatelů ke zvýšení zaměstnanosti v kraji zapříčinily vznik družstva Coobana. Půda byla vyjednaná skrze spolupráci s Ministerstvem zemědělského rozvoje a následovalo založení samotné Coobany. V roce 2009 byla v Coobaně zaznamenána nejnižší produktivita (1400 krabic/ha/rok), která byla zapříčiněna špatnými smluvními smlouvami, nízkou znalostí trhu a podmínkami cenotvorby na trhu. Tato krize vyústila ve velké ztráty a nedostatek investičního kapitálu. Právě v tu dobu pozvala Coobanu organizace Coopetrabatur působící na jihu Kostariky, aby se podělila o to, jak se dá pěstovat v rámci systému Fairtrade a jak pomohlo zapojení se právě organizaci Coopetrabatur s komercializací jejich produktů. Po zvážení všech pozitivních aspektů v podobě stabilních výkupních cen, sociálního prémia a možnosti rozvoje pro malé producenty, se tehdejší vedení Coobany rozhodlo k zahájení procesu certifikace. Jak již bylo zmíněno výše, partnerem jim v tomto procesu byl holandský Agrofair. Jak vyplývá z rozhovorů se zakladateli družstva, v rozhodování o zažádání o certifikaci Fairtrade hrálo důležitou roli právě sociální prémium. V dnešní době je celková rozloha 566,8 hektarů banánových plantáží a Coobana je tím pádem největší nezávislý producent v regionu.

4.6 Používání sociálního prémia v družstvu Coobana

Družstvu Coobana se podařilo zvýšit výrobu o 52,9 % za rok 2016 (La prensa, [online]). Tento úspěch připisuje ředitel družstva obnově výsadby, která se udála díky investici ze sociálního prémia, lepším klimatickým podmínkám a zlepšení cen na trhu. Produkce z družstva putuje z největší části (60%) do Holandska, 33 % je exportováno do Irska a 7 % produkce se prodává na místním trhu. Každý týden je exportováno 20–24 kontejnerů do Evropy. Oproti dřívějšímu počtu 700 000 krabic se dnes exportuje 2 600 000, kdy jedna krabice je prodávána za 9,75 USD. Sociální prémium je pro sektor banánů v Panamě stanoveno dle uvedené tabulky č. 2 – jeden americký dolar za krabici, nicméně vždy záleží na schopnostech jednotlivého družstva a na nastavení dlouhodobých obchodních vztahů, které umožňují cenu zvýšit dle aktuálních potřeb, jak bylo zaznamenáno ze strany britského COOP při placení dobrovolného sociálního příplatku v letech, kdy Coobana neměla certifikaci Fairtrade.

Product <input type="text" value="Bananas"/>							
Country <input type="text" value="Panama"/>							
<input type="button" value="Go"/>							
Status: 02. Nov 2017							
Product (specific product standard)	Product variety	Price applies to	Currency / Quantity x Unit	Price level / *special price conditions	Fairtrade minimum price	Fairtrade premium	Valid from
Bananas (Fresh Fruit)	Conventional, Panama fresh	Panama (SPO / HL)	USD / 18.14 kg	FOB	9.75	1.00	01. Jan 2016
Bananas (Fresh Fruit)	Conventional, Panama fresh	Panama (SPO / HL)	USD / 18.14 kg	EXW	6.65	1.00	01. Jan 2016
Bananas (Fresh Fruit)	Conventional, Panama fresh	Panama (SPO / HL)	USD / 18.14 kg	EXW	6.75	1.00	01. Jan 2018
Bananas (Fresh Fruit)	Conventional, Panama fresh	Panama (SPO / HL)	USD / 18.14 kg	FOB	9.85	1.00	01. Jan 2018

Tabulka 2 – Výše stanoveného sociálního přímia pro sektor banánů v Panamě,
Zdroj: Teorie změny

Pro představu o výši sociálního přímia – za rok 2016 se vzhledem k počtu prodaných krabic a vyměřeného přímia pohybuje jeho výše v rozmezí dvou milionů amerických dolarů. „*Na sociální přímium musí dosáhnout všichni stálí členové. Je to jeden z principů Fairtrade – rovnost pro všechny. Platí to i pro pracovníky, kteří nejsou členové, ale jsou dlouhodobě zaměstnaní.*“ (manažerka sociálního přímia). Způsob, jakým je sociální přímium distribuováno, je řízen podle fairtradového principu demokratického vedení družstva. Každý má možnost se k dané otázce vyjádřit. „*Potřeby komunity a zaměstnanců zjišťuje výbor. A podle toho se plánuje, jak se peníze z přímie využijí. Jakmile existuje plán, předkládá se valnému shromáždění ke schválení. Jestliže plán není schválen, nemůže se realizovat. Ale ano, plánujeme, co se bude v nastávajícím roce realizovat, ale důležité jsou aktuální potřeby*“ (manažerka sociálního přímia). V družstvu dochází ke každoročnímu setkávání všech pracovníků i zaměstnanců. Aby bylo fairtradové přímium použité podle demokratického principu, je třeba se na něm shodnout jako celek. Nejdříve tedy výbor představenstva, který čítá 12 osob, zjišťuje potřeby zaměstnanců a pracovníků a na základě tohoto zjištění se rozhoduje, jakým způsobem bude částka za fairtradovou přímii použita. Z celkové přímie je 50 % věnováno na sociální projekty, kam spadá například výstavba nových družstevních supermarketů nebo poskytnutí financí na stavbu domů. Další 20 % je použito na projekty s tematikou životního prostředí, v jehož rámci je pro pracovníky zajištěno zdravotní vyšetření a případná potřebná péče. A zbylých 30 % celkové částky je využito přímo ve prospěch družstva Coobana – když je třeba nakoupit nové stroje nebo udělat nějakou rekonstrukci.

4.6.1 Sociální projekty

Mezi sociální projekty družstva Coobana lze zařadit podpora výstavby obydlí, investice do oprav domů, investování a financování studia, rozdávání stipendií, zajištění přístupu k potravinám, výstavba a provoz supermarketů, zajištění základních služeb a podpora zachování tradiční kultury, jak je patrné z rozhovorů. Coobana má k dispozici jak finanční, tak nefinanční materiální pomoc, například pozemky, které může na základě rozhodnutí celku dávat k dispozici nebo celé postavené domy, sociální zařízení a vybavení a zařízení domácností. Na sociální prémii dosáhnou všichni členové družstva a dlouhodobě zaměstnaní pracovníci. V oblasti bydlení se každý rok vybírají příjemci dotace na opravu domu nebo na jinou investici do bydlení. *„Poskytujeme 4000 dolarů, aby si lidé mohli opravit domovy. Jestliže jejich dům potřebuje opravy, střechu nebo dveře, mohou na to využít tyto peníze. Každý rok je vybráno celkem 75 lidí, 25 z každé farmy. V roce 2016 dostalo 75 lidí tyto peníze, aby mohli opravit své domovy. Stálí zaměstnanci a členové. Na každého dojde. Jeden z deseti principů fair trade totiž stanovuje rovnost pro všechny. Takže všichni musí mít možnost těžit z prémie stejnou měrou“* (referentka odboru životního prostředí). při rozhovorech se zaměstnanci družstva jsem měla možnost vidět některé domy, které se ze sociálního prémie postavily. Měly podobný půdorys a některé z nich právě procházely rekonstrukcí. *„Pozemek jsme dostali od Coobany. Tento pozemek, kde máme dům, jsme dostali darem, v rámci sociálního prémie. Díky nim tu můžeme bydlet, mám dost peněz na jídlo a uživení rodiny, z platu vyžiji já, moje manželka i dcera. Když nám pomáhají, inspirují nás k práci“* (pracovník na plantáži). Samostatnou kapitolou v rámci sociálního prémie je důchod, který při odchodu z družstva pracovníci dostávají. *„Když jsem odcházela do důchodu, Coobana mi vyplatila dva tisíce dolarů. Opravila jsem si za ně dům a vylepšila ho. Například záchod, obývací pokoj, kuchyň ...“* (důchodkyně, bývalá zaměstnankyně). Práce na domě, jeho rekonstrukce a zařízení je asi nejčastějším způsobem, jak lidé využívají sociální prémie.

Velkým problémem je v oblasti plantáží dostatek pitné nekontaminované vody. V těsné blízkosti plantáží družstva se nachází i plantáže konvenční firmy, která při pěstování používá velké množství pesticidů, které aplikuje práškovými letadly a tyto chemické látky se dostávají do půdy a místní voda tak není vhodná k běžnému používání. Druhým důležitým sanitačním zařízením jsou splachovací záchody, které nahrazují dřívější venkovní suché toalety. *„Tuhle nádrž jsme získali díky podpoře družstva. V této nádrži skladujeme pitnou vodu. Vodu používáme na mytí nádobí. Když není dost vody, máme její zásobu tady. Kromě toho, jak bylo řečeno, tento dům býval malinký, ale teď ho díky podpoře Fairtrade zvětšujeme. Tady jsou zácho-*

dy, ty jsme dřív neměli. Ted' už je máme. Dřív bývala venku latrina. Daleko. Když si člověk potřeboval dojít na záchod, musel vyjít ven z domu. Ale ted' už má skoro 100 % z nás záchod doma“ (odborář a zakladatel družstva). Tento projekt byl iniciován ze strany družstva, na základě poptávky od zaměstnanců. *„Dříve museli naši spolupracovníci používat obecní záchodky. Každému zaměstnanci a členu jsme doma postavili záchod a koupelnu. To byl také jeden z projektů“* (manažerka sociálního přémia).

V komunitě existují studny, které ale nejsou vždy dobře technicky provedené. Z výpovědi členky komunity byl zejména problém v tom, že studna nebyla chráněná a dostávala se do ní půda a písek. Navíc zde právě kvůli špatnému technickému zajištění utonulo několik dětí. (youtube video, Going beyond Fairtrade in Panama) *„Díky Cobaně mám taky vodu. Předtím jsme pili vodu ze studny, ale byl v ní písek. Často jsem ji musela cedit a nechat usadit, abychom ji mohli pít. Od té doby, co máme nádrž, vodu ze studny nepiju. Piju dešťovou vodu, používám ji na mytí nádobí a praní“* (zakladatelka spolku Za záchranu kultury Ngäbe). K výstavbě sanitačních zařízení dochází nejen v komunitách, ale i na pracovištích, kde jsou zbudované jak sprchy, tak i toalety a je zde volně dostupná pitná voda. *„Dříve jsme neměli nádrže na vodu, elektrinu. Ted' ale máme nádrže na zadržování vody. Tu vodu používáme na praní, mytí nádobí. Máme nádrž i na zadržování pitné vody. To je jedna z výhod. Další výhoda, která nám plyne z pravidel fair trade, je částka 4000 dolarů na dům. Tento dům je už téměř dostavěn. Tady ve firmě nám také chyběla sanitační zařízení, nyní máme záchody instalované doma, což je skvělé“* (odborář a zakladatel).

Družstvo se zasazuje také o podporu původních obyvatel. V oblasti Bocas del Toro žije 85 % původních obyvatel Ngobe, kteří jsou také zaměstnanci družstva (BananaLink, [online]). Tento původní domorodý kmen však vlivem globalizace ztrácí svoje původní návyky, kulturu a zastoupení na místním trhu. I to byl jeden z důvodů, proč se družstvo rozhodlo investovat část sociálního přémia do zbudování šicí dílny, která slouží jako komunitní projekt pro ženy, které zde šijí oblečení dle tradic kmene. Jsou zde k dostání šaty, čelenky, pásky nebo košile. *„Podle mě je to důležité, protože se současnou modernizací dochází ke ztrátě kultury. Dívky již nechtějí nosit šaty nahua, dnešní mládež vidí modernizaci u ostatních „latinos“ a chce se oblékat stejně. My, jako rodiče, jim často tyto hodnoty nevštěpujeme, a proto se kultura vytrácí. Proto mě napadlo tohle dělat. Děláme to pro záchranu kultury a mladí tak vidí, co děláme, a přidávají se k nám. To je myšlenka naší organizace. Díky Coobaně jsme dostali tuhle parcelu, dala nám ji Coobana. Dala nám taky střechu, ale práci jsme udělali sami“* (zakladatelka spolku Za záchranu kultury Ngobe). O předávání kultury i pracovních záležitostí mluvili také

členové družstva v souvislosti s tím, proč jsou organizovány projekty pro děti zaměstnanců a mladé lidi v komunitě. Za cíl si dávají propojit mladé lidi a motivovat je v pokračování započatého konceptu, porozumění myšlenky fair trade a její další naplňování. *Ti, co farmu založili, a starší členové už pomalu odchází, takže je na nás, abychom farmu převzali. Jsme to my, pracovníci, kdo posuneme farmu kupředu* (pracovník na plantáži).

Dalším pilířem sociálních projektů je vzdělávání. Část z prostředků sociálního přímia je použita na zaplacení školného vybraným studentům, kteří jsou zaměstnanci Coobany a chtějí se nadále vzdělávat a doplňovat dosažené vzdělání. Každý rok je vybráno několik studentů a studium je také umožněno díky flexibilitě vedení družstva, které umožňuje pracovat na zkrácený úvazek nebo v jiných hodinách, než je běžné. Mezi odborovými výbory v rámci družstva existuje jeden zaměřený na vzdělávání, který rozhoduje o tom, jaká stipendia budou podpořena a jak bude nastaveno interní vzdělávání pomocí kurzů a školení. *„Když jsem nastupovala, cílem bylo najít práci, která by mi umožnila dokončit školu. Tady jsem dostala příležitost. Nastoupila jsem a hned začala i na univerzitě. Když mi řekli o stipendiu, doložila jsem známky z každého předmětu a poté stipendium získala. Plat, který tu dostávám, a stipendium mi hodně pomohly“* (pracovnice v balírně banánů, studentka). Vzdělání je v Panamě zpoplatněno, což je pro velkou část lidí problematické. Ve chvíli, kdy nevycházejí s vlastním platem, nemohou si dovolit poslat studovat děti a zajistit jim tak vzdělání a lepší pracovní příležitosti. Výše školného se pohybuje od 50 do 200 USD za měsíc, proto není pro některé rodiny reálné umožnit dětem další vzdělání.

„Tohle je má nejstarší dcera, pracuje pro Cobano. Už 8 let. Tohle je můj vnuk, tohle vnučka. Díky Fair Trade moje druhá dcera dostala stipendium a končí studium učitelství na univerzitě“ (odborář, zakladatel družstva). *„Studuji proto, abych měla lepší kvalitu života. Abych se rozvíjela, mohla dát lepší život také svým dětem. A abych mohla změnit místo, kde žiju. Můj obor je učitelství, takže bych ráda učila děti a tak podobně“* (zaměstnankyně družstva, studentka).

S mladou studentkou jsem také hovořila o cenách v Coobaně. Ze studií, které zveřejnila organizace Basic, vychází, že náklady na život se v Panamě zvyšují, zatímco platy v banánovém odvětví zůstávají stagnující. Právě potravinová pomoc ze strany státu je reakcí na tu to skutečnost. Jednou týdně vláda zajišťuje dovoz pytlů rýže a každý obyvatel má nárok na určité množství. Po dobu mého pobytu jsem několikrát viděla veliké fronty na tyto vládní potravinové balíčky. *„Jsme už zvyklí, že životní náklady jsou vysoké. A myslím, že se to nezmění.“*

S tím, co vyděláváme, si už nějak umíme vystačit na nákup základních potravin a tak dále. Je to tu velmi drahé“ (balička banánů). Reakcí družstva na zmíněný problém s vysokými výdaji na potraviny bylo vystavění družstevních minisupermarketů. Cílem je, aby si zaměstnanci družstva mohli nakoupit potraviny se sníženou marží a lépe tak vycházeli s příjmem. Tento projekt začal být realizován v roce 2015 a v roce 2016 byly otevřeny dvě pobočky na území družstva Coobana. „S nedávným otevřením dvou minisupermarketů se nám splnil jeden z cílů. Naši lidé, ale i celá široká komunita si mohou nakupovat potraviny běžného spotřebního koše za mnohem výhodnější ceny než v lokálních supermarketech. Na to jsme opravdu hrdí a máme z toho radost“ (vedoucí zakladatel družstva). Na fungování družstva Coobana jsou napojeni i lidé, kteří nejsou přímými zaměstnanci, ale jsou například partnery zaměstnanců nebo spolupracujícími organizacemi profitujícími z fungování družstva. Do této skupiny lidí se zahrnují i lidé z komunit, kterým je umožněno v družstevních minisupermarketech nakupovat dostatečně výživově hodnotné jídlo za zvýhodněné ceny. „Už do nich chodí nakupovat jak pracovníci z farem, tak i lidi zvnějšku, kteří nejsou z Coobana. A proč jsme je stavěli? Aby naši pracovníci měli základní potraviny co nejlevněji, aby mohli nakupovat za co nejnižší ceny. A máme tedy celkem dva. Ceny jsou zde nižší. To byla hlavní myšlenka, aby naši pracovníci mohli sehnat základní potraviny za nižší ceny než mimo farmu, v jiném obchodě“ (manažerka sociálního prémia). Obchod je spravován družstvem, které zde zaměstnává několik lidí a zařizuje celý jeho provoz – od místa po objednávání potravin, které jsou nabízeny pouze s minimální marží, která pokryje část základních nákladů na provozování. „Máme dva dodavatele, kteří nás zásobují potravinami. Vždy srovnáváme, za jakou cenu se potraviny prodávají venku, a za jakou je nabízí nám“ (manažerka sociálního prémia). Lidé v Coobaně jsou kromě těchto supermarketů také motivováni k vlastní potravinové soběstačnosti. Dostávají pozemky, na kterých je možné si pěstovat vlastní zeleninu a probíhají školení na téma pěstování. „Já si myslím, že zelenina je velmi drahá. Ceny také stouply. Ale domnívám se, že i my si musíme vysadit vlastní zahrádku a sklízet si zeleninu a například banány. To nás trochu zachránilo, protože jsou jiné oblasti, kde tuto možnost nemají“ (studentka, balička). Ze sociálního programu se dále financují programy pro komunitní děti – například oslava svátku Tří Králů, vánoční poukazy nebo jídelny v pěti komunitních školách.

4.6.2 Projekty životního prostředí

Na projekty spojené s ochranou životního prostředí je ze sociálního prémia používáno 20 % prostředků. Jedním z principů Fairtrade je šetrnost k životnímu prostředí, environmentální

přístup a snaha o udržitelné a šetrné pěstování. Cílem je, aby se půda co nejvíce kultivovala a byla tak zachovaná pro další pěstování. Na farmách, které mají certifikaci Fairtrade je zakázáno používat pesticidy a škodlivé agrochemikálie, které se běžně na konvenčních plantážích používají. Přesto se i zde s chemickými látkami pracuje, banán je druhou nejvíce chemicky ošetřovanou plodinou na světě, proto družstvo vede roční program týkající se péče o zaměstnance. Pracovníci, kteří přichází do kontaktu s agrochemikáliemi, musí každý rok absolvovat všeobecnou zdravotní prohlídku – dělají se jim krevní testy, zubní testy, testy celého těla, aby se zjistilo, jestli jsou způsobilí k práci s těmito látkami. Kromě toho pro zajištění zdraví při práci absolvují školení, kde se učí, jak s agrochemikáliemi nakládat, jak je aplikovat. Další opatření, které se týká lidského zdraví je spojeno se vstupní prohlídkou zaměstnanců. Všichni pracovníci mají sociální pojištění. Panama má ale na banány speciální zákon, který udává, že kdokoliv, kdo bude zaměstnaný na plantáži, musí absolvovat vstupní prohlídku. Podstatou zákona je, aby práce, kterou člověk vykonává, neohrožovala jeho zdraví. Rodina pracovníka má také přístup ke zdravotní péči, na zdravotní stav dělníků je v Coobaně kladen silný důraz.

Další oblast školení je spojená s pracovními podmínkami. *„Každý pracovník, který pracuje v balírně a přichází do styku s agrochemikáliemi na ošetření ovoce, musí nosit uniformu, a to každý den“* (referentka odboru životního prostředí).

Pracovnice kanceláře Coobany vysvětluje, jak při školeních mluví se zaměstnanci o používání ochranných pracovních pomůcek a ochraně životního prostředí skrze pěstování v bio režimu a eliminaci používání agrochemikálií. Další každoroční environmentální počín je také rozbor vody, který družstvo zajišťuje, aby zjistilo, zda je voda vhodná k užívání.

Dalším environmentálním projektem je dětské hřiště s názvem Parque Arcoiris, které bylo od roku 2014 renovováno. Původní park byl již v dezolátním stavu. *„Ze všeho nejdříve jsme park pojmenovali, dali jsme mu jméno Parque Arcoiris, Duhový park. A to proto, že jsme chtěli hrací prvky v parku natřít různými barvami“* (žena z místní komunity). Vše, co se na rekonstrukci parku použilo, je recyklovaný materiál. Byly sem svezeny staré kabely a lanovky z plantáží a další materiál, který se používá na přemísťování banánů. Další prvky jsou sestaveny z trubek z balírny, z nichž se na banány pouští voda. Celý park je tedy z recyklovaného materiálu a rostlin z plantáží. Na opravu parku se použilo okolo pěti tisíc dolarů. Běžný úklid, natírání a údržbu parku mají na starosti lidé z místní komunity a děti. *„My jako firma jednou měsíčně zajišťujeme údržbu parku, aby zůstal čistý. Park jsme obnovili hlavně proto, aby si*

děti z komunity měly, kde hrát, protože tu žádné takové místo nebylo“ (manažerka sociálního prémia). Dalšími projekty, které se zaměřují na životní prostředí je sázení stromů, konzervace přírody v oblasti Changuinoly a zalesňování. Coobana koupila v nedávné době 22 hektarů sousedících s plantážemi družstva. Cílem bylo zlepšit odvodnění plantáží v případě velkých dešťů a chránit tak přírodu. Dalším takovým krokem bylo také sponzorování biosférického programu pro vzácné druhy želv, které na březích řeky San San kladou vajíčka. (Agrofair 2015) S tímto projektem souvisí i školení a návyky, které se v družstvu šíří. Jak popisuje školitelka seminářů o udržitelném pěstování, vztah zaměstnanců na plantážích se postupem času mění. *„Pracovníci se naučili cenit si zvířata, která na plantáži máme. Protože dříve když viděli zvíře, lovili ho. Dnes už si uvědomují, že o zvíře je třeba se starat, ne ho lovit. To je jeden z pozitivních dopadů. Když narazí na zvíře, přivedou mi ho a já ho vypustím do ochranné zóny. To je jeden z úspěchů, kterých jsme dosáhli. Vštípili jsme jim, že o zvířata je třeba pečovat, ne je zabíjet“* (školitelka seminářů o ochraně přírody). V oblasti životního prostředí a použití sociálního prémia má družstva Coobana další plány, jak jej využít. Jeden z možných dalších projektů je například ekoturismus, vybudování přírodní stezky a tradiční lokální restaurace. Důležité kroky již byly podniknuté – získání nové půdy, ochrana stávajících stromů a volně žijících zvířat.

4.6.3 Investiční projekty

Třetí podíl sociálního prémia je v družstvu Coobana využíván na investiční projekty. Od roku 2001, kdy byl zaznamenán velký pokles úrody a tím pádem i zisků, byla sociální prémie pravidelně investovaná do zlepšení techniky produkce. Zvýšení produkce se odrazilo v těchto oblastech. Zisk z prodeje se zvýšil z 3,1 na 7,25 milionů dolarů za rok. Mzda vzrostla o 45 % od roku 2009. A samotné investice do produkce se zvýšily ze 168 000 USD na 1,3 milionu USD za rok. Jak bylo zmíněno ze strany vedení, vedlejším efektem zapojení družstva do systému Fairtrade je také napojení se na oddělení společenské odpovědnosti zákazníků, odběratelů a supermarketů. Právě ti mají mnohdy různé druhy grantů a dotací, do kterých je možné se zapojit a mít z nich jako organizace prospěch. Jako příklad lze uvést projekt Senacyt, který byl v letech 2012–2014 realizován díky grantové podpoře společnosti Agro Fair z Holandska. V rámci tohoto programu byli zástupci družstva školeni v oblastech fertilizace, permakulturního pěstování a dohledatelnosti produktů.

Z rozhovorů vyplývalo, že družstvo Coobana má zájem o dobré pracovní podmínky svých zaměstnanců a pracovníků a je důležitým hráčem místní komunity. Právě z toho důvodu jsem

se zajímala o to, jak se na postavení Coobany a lidí pracujících pro toto družstvo dívají obyvatelé Chaguinoly, kteří pracují pro konkurenční firmy a nemají stejné pracovní podmínky.

Z pozorování a několika rozhovorů bylo patrné, že postavení družstva Coobana je silné a historicky zakotvené. Místní lidé patřící do komunity, kteří jsou zaměstnaní v jiných firmách, vnímají přesah, o který se Coobana v rámci komunity snaží. S velkou oblibou se setkaly komunitní projekty typu supermarket nebo dětské hřiště, které slouží všem místním. *„Když někdo něco potřebuje, vždy se mezi sebou domluvíme a pomůžeme si navzájem. Takhle tu pracujeme. Všichni spolupracujeme. Pomůžeme každému, kdo to potřebuje. Po malých dílcích společně vše sdílíme (pracovník na plantáži). Z rozhovorů s vedením družstva vyplynulo, že v počátcích bylo třeba vést dlouhá jednání jak s vládou, tak místními konkurenčními firmami a svoji pozici si obhájit. Nicméně konkrétní důkazy rozvoje regionu a sociální spravedlnost družstvu pomáhá v budování silnější pozice. „Naše družstvo se soustředí na sociální spravedlnost, férové jednání pro všechny rodiny v Coobaně i v sousedství. Krok po kroku, jak se rozvíjejí obchodní vztahy, se snažíme vytěžit pozitivní změny a být efektivnější. Je to možné i díky vzdělání, které družstvo nabízí v rámci sociální podpory“* (zástupce vedoucího družstva).

Několikrát jsme také narazili na rozdílný přístup zaměstnavatelů a různé formy nastavení vztahů uvnitř organizace. *„V regionu je velmi silné sociální hnutí, které skrze odbory dosáhlo jisté solidarity, takže například sousední firma přispívá infrastrukturou, ale pokud jde o půdu, ta jí zůstává celá. Ale v Coobaně to tak není, družstvo se s námi chce dělit. Vše funguje demokraticky a s ohledem na lidi. Družstvo považuje lidské zdroje za velmi významné a uvědomuje si, jaký dopad má jejich kvalita. Proto nabízí sociální podporu, příspěvky na bydlení a stipendia“* (sběratel banánů). Vedení družstva klade důraz na to, aby zde byl realizován princip sociálního zabezpečení, demokratického přístupu a spravedlivé odměny. *„Přínos Coobany je v sociálním zabezpečení, které dělá velmi spravedlivým způsobem. V družstvu panuje naprostá demokracie. Náš celkový přístup je demokratický a umožňuje, aby se společnost mohla vyvíjet smysluplně“* (vedoucí odborů v regionu).

4.7 Dopady projektů družstva Coobana

V předchozí kapitole byla popsána situace jednotlivých projektů (2) z pohledu jejich realizátorů (1) a příjemců (1), na které se zaměřuje sociální prémium. V této kapitole se budu zabývat tím, jak se tyto realizované projekty setkávají s teorií změny a zda je tato teorie v praxi v konkrétním případě funkční. Analýza těchto dopadů vychází zejména z rozhovorů a pozorování dění v družstvu. V první řadě je třeba říct, že družstvo Coobana je už dnes poměrně stabilní samostatná organizace zaměstnávající několik stovek lidí. Není to začínající asociace farmářů, ani problematická organizace s nestálými podmínkami, ale stabilní a respektovaný lokální aktér. Důležitou roli v tomto procesu hrála historie a vznik samostatného družstva, kdy probíhala dlouhá jednání s vládou i samotnou konkurenční firmou, kde byli zakladatelé družstva dříve zaměstnáni. Vlastní zkušenost s neférovými podmínkami, což byl důvod k odchodu a založení vlastního nového subjektu podle družstevních principů, má formovací vliv na nastavení současného fungování. Jak uvádí vedoucí družstva v rozhovoru: „Věděl jsem, že chceme založit družstvo, kde budou mít hlas všichni zúčastnění. A Fairtrade mi do toho všeho zapadal“ (vedoucí družstva). Důležitým milníkem pro fungování družstva bylo navázání kontaktů a zahraniční spolupráce s velkými subjekty jako je Coop a AgroFair. Právě tato spolupráce nastolila jistotu v odbytu a Coobana tak může v tuto chvíli více jak 90 % produkce prodávat v režimu Fairtrade, což jí zajišťuje značnou finanční stabilitu a možnost plánovat.⁹ Naplňuje se zde princip dlouhodobých obchodních vztahů, které znamenají pro obě strany obchodní výhody. Z toho také plyne další možnost, jak získat kromě předem domluvených a stanovených fairtradových cen za nabízené zboží přístup k dalším zdrojům – ať už hmotným v podobě dotací a grantů nebo nehmotným v podobě školení nebo odborníka, který dlouhodobě pracuje v místě produkce, jak se to děje v Coobaně. Odbornice na sociální prémium z organizace Agro Fair dlouhodobě pracuje na území Panamy a dělá v družstvu Coobana supervizi a odbornou konzultantku.

4.7.1 Příjmy domácností a životní standardy

Podle teorie změny se díky zapojení drobných producentů a pracovníků do systému Fairtrade zvýší příjmy domácností a daným lidem se zlepší životní standardy. Příjmy domácnosti ply-

⁹ Někdy se stává, že ačkoliv je producent certifikovaný, nepodaří se mu prodat všechnu produkci v rámci systému Fairtrade, ale část prodá na konvenční trh za konvenční ceny a je to pro něho potom méně výnosné.

nou z několika zdrojů, kdy hlavním zdrojem je plat a odměna za vykonanou práci. V této oblasti se v rámci družstva musí vzhledem k fairtradovým pravidlům dodržovat různá pravidla, která zajišťují to, že lidé zde dostávají za svoji práci spravedlivě zapláceno, což je do jisté míry základní myšlenka spravedlivého obchodu. Každý pracovník musí při přebírání výplaty podepsat protokol o tom, kolik dostává zapláceno a za jakou dobu. Toto opatření se zdá jako velmi běžná praktika, ale pro srovnání bych zmínila rozhovory z druhé poloviny cesty, kdy jsem měla možnost se ptát na pracovní podmínky lidí pracujících u velkých banánových firem. Tady často dochází k tomu, že pracovníci neví, jaká je minimální mzda, kolik je hodinová sazba a často se zde praktikuje podepisování odchodů zároveň s příchodem: „*Lidé z exportních zemí často nemají ponětí, jaká jsou vlastně jejich práva, nebo kolik třeba mají za svou práci dostat zapláceno*“ (pracovník odborové organizace). V družstvu Coobana se mzdy a jejich výše znázorňuje graficky na připravenou tabuli, kam se zaznamenávají každotýdenní hodinové sazby a mzdy z toho vyplývající. Cílem družstva je, aby měli lidé důstojné pracovní podmínky, což zahrnuje i spravedlivou odměnu za vykonanou práci.

S lidmi, se kterými se nám podařilo mluvit o platech, jsem si povídala o tom, jak je pro ně důležité mít jistou práci, která není podmíněna krátkodobou pracovní smlouvou, a mají jistý a daný příjem. S tím není lehké vždy vyjít, protože v poslední době se ceny v Panamě výrazně zvýšily. Několik lidí zmínilo, že mají při nákupu potřebu zvažovat, co koupit a nemohou si dovolit spotřebovávat všechny produkty, které by chtěli – například maso nebo zeleninu, která je na místním trhu drahá. V porovnání s konvenčními plantážemi je však přístup zcela odlišný, transparentní a zaměstnance zahrnující do procesu odměn. V případě životních standardů hraje zcela zásadní roli právě sociální prémium, které zajišťuje domácnostem dodatečné příjmy, ze kterých si zaměstnanci mohou opravit, rekonstruovat, postavit nebo zvětšit dům, založit zahradu nebo vybavit dům sociálním zařízením.

V případě příspěvků na obydlí existuje daný systém rozdělování prémia, se kterým jsou členové družstva seznámeni a mají možnost jej ovlivnit na hromadném shromáždění. Sociální prémium slouží také jako zdroj pro financování studia pro ty, kdo si ho nejsou schopni financovat z vlastních zdrojů. Dosažení vyššího vzdělání pak zajišťuje vyšší status člověka a zvyšuje možnost na lepší práci, mzdu i postavení ve společnosti. Zároveň bylo ze všech rozhovorů patrné, že doba studia, kdy musí člověk zvládnout studium samotné, práci a péči o rodinu, je velmi náročná a vyžaduje zvýšené úsilí v dokončení studia. Nedílnou součástí života je také aktivní přístup k němu. Podle teorie zvyšování kapacit je právě usilování o vlastní samostatnost zásadní k naplňování rozvoje kapacit jedince. Demokratické a participativní nastavení družstva právě k tomuto zvyšování kapacity napomáhá. Každý, kdo

je členem družstva, nese jistou zodpovědnost na jeho chodu a stává se tak aktivním hybatelem komunity. Hypotéza, že sociální prémium zvyšuje příjmy domácností a zvyšuje životní standardy, může být považována za potvrzenou.

4.7.2 Potravinová bezpečnost

Koncept potravinové bezpečnosti pojednává o přístupu k potravinám. Dle Nory McKeon (McKeon, 2011, s. 4) jsou nejvíce postiženými právě drobní farmáři, kteří nemají zajištěn přístup ke kvalitním potravinám a stávají se tak více zranitelnými. Návrhem, jak tento problém řešit, se stává inkluzivní přístup v oblasti přístupu k potravinám, v centru pozornosti by měly být potraviny pro lidi, kteří by měli být zároveň oceňováni za to, že se na tvorbě potravinového systému podílejí. Měl by se také posunout potravinový systém na lokální úroveň a zároveň je kladen důraz na respekt k přírodě a ekologickému přístupu k ní. V Coobaně je potravinová bezpečnost aktuálním tématem. Pro vedení družstva se stalo prioritou posledního roku otevření dvou supermarketů, které slouží všem členům a zaměstnancům jako zdroj kvalitního a relativně levného jídla. Cílem družstva není, aby byl supermarket další výdělečnou činností, ale došlo zde k dobrovolnému snížení marže a je tak naplňován družstevní princip solidarity, svépomocí a sociální zodpovědnosti. Zároveň se zde přenáší projekt realizovaný pomocí sociálního přímia i do zbytku komunity, která má k supermarketům také přístup a může snížených cen využívat. Riziko, které zde existuje, může být v konkurenčním boji mezi jednotlivými obchody. Vzhledem k situaci v Panamě, kdy se zvyšují ceny a musí se zavádět vládní potravinové balíčky je však krok ke zřízení supermarketu zcela logický a dalo by se očekávat rozšíření tohoto projektu i na další místa: *„Potraviny jsou tu drahé a mnohdy nám peníze nestačí, protože máme například v rodině někoho, kdo studuje na vysoké škole. Je také potřeba z něčeho koupit oblečení. Proto šetříme. Nekupujeme si drahé potraviny, ty stojí moc peněz. Utrácíme za jídlo jen to, co můžeme“* (manželka pracovníka Coobany). Pro srovnání zmíním situaci z konvenční plantáže, kde jsou lidé žijící v jedné komunitě nuceni nakupovat v místním obchodě vlastněném firmou. Zboží je zde o 20–30 % dražší než v obchodě ve vzdálenějším městě, ale místní lidé nemají vzhledem k pracovní době a omezeným možnostem přepravy moc možností si do vzdáleného města dojet. To jsou příklady dvou přístupů ze strany zaměstnavatele, kdy jeden nabízí řešení a alternativu k situaci na trhu, a druhý situace spíše využívá. (Oxfam, 2016) V oblasti potravinové bezpečnosti je třeba ještě zmínit školení o pěstování, které zaměstnance družstva učí, jak permakulturně pěstovat a jak si založit vlastní zahradu a stát se soběstačným. K tomu také slouží sociální prémium v rámci financo-

vání oprav obydlí. V jiných družstvech je někdy také zvykem mít komunitní chov zvěře nebo drobné drůbeže, která slouží pro potřeb komunity. O plánech na podobné projekty prozatím v Coobaně neuvažují. Družstevním pravidlem však je, že banány je možné kdykoliv použít k vlastní potřebě. Teze o zvyšování potravinové bezpečnosti díky sociálnímu prémii je potvrzená, nicméně je třeba dodat, že by bylo třeba uvažovat o velikosti daného projektu a jeho případnému šíření, aby se benefity z něj dostaly k celé komunitě družstva.

4.7.3 Přístup k základním službám

Školní docházka, lékařská péče, dostupné sanitační zařízení, přístup k vodě, sociální pojištění a důchodové pojištění jsou služby, které družstvo Coobana svým členům a dlouhodobým zaměstnancům garantuje. Díky sociálnímu prémii mohou být financovány školní jídelny, je zde zajištěn servis pro děti pracujících lidí v Coobaně i těch mimo Coobanu. Každý pracovník má zajištěnou pravidelnou lékařskou prohlídku, která je dostupná i dalším členům rodiny, avšak nezjistila jsem, zda je tento systém na bázi každodenního možného přístupu k lékařské péči nebo zda je to pouze součást každoroční prohlídky. Mezi základní servis je také dle Teorie Změny zahrnutý přístup k pitné vodě, funkční toalety a umývárny. Při rozhovorech o sociálním prémii a jeho dopadu si respondenti nejčastěji pochvalovali výstavbu toalet jak na pracovišti, tak v jejich domech: „*Stavba záchodů nám hodně pomohla. Dříve jsme museli chodit ven, ale teď už máme funkční toaletu*“ (pracovník v balírně). Ze základních služeb je třeba také zmínit fungování v družstvu. Každý pracovník zde má svoji vlastní skříňku a úložný prostor, kam je možné si dát pracovní pomůcky, které družstvo zajišťuje. Každý má přístup k rukavicím, obleku na aplikaci chemických látek, roušce a dalším ochranným pomůckám: „*Pokud si nevezme pracovní oděv, masku a klobouk, může dojít k řídnutí krve. Když pracovníci podstupují test na cholinesterázu, dle lékaře se hodnoty zdravého člověka, který může s chemikálií pracovat, musí pohybovat mezi 5000 a 10 000. Jestliže si pracovník uniformu, masku a klobouk neoblékne, mohou se hodnoty snížit, což se odrazí ve zhoršeném zdravotním stavu* (koordinátorka certifikací). Pro srovnání zde opět uvádím standardy na konvenčních plantážích, kde jsou právě ochranné pomůcky nedostatkovým zbožím, aby mohly být sníženy náklady na produkci, což poté znamená, že jsou pracovníci vystavení přímému styku s agrochemikáliemi, které způsobují kožní onemocnění, nevolnost a problémy s dýchacími cestami: „*Rukavice dostáváme jen v den, kdy má přijít audit. Ale hned večer nám je zaměstnavatel odebere a schová na příště.*“ (pracovník konvenční plantáže). Rozdíly jsou znatelné i ve výčtu benefitů: „*Například v sociální oblasti, pokud to srovnáme s námi, toho mají méně. Jediný benefit, který mají, jsou příspěvky na pojištění, které za ně odvádí zaměst-*

navatel, jinak nic. My máme zajištěné tyto odvody, a navíc dostáváme sociální příspěvky, příspěvky na studium, je toho hodně. A mnoho z nich by chtělo pracovat tady.“ (pracovní v balírně).

4.7.4 Environmentální udržitelnost a klimatická změna

Teorie změny vede k celkové vizi Fairtrade, která operuje s pojmem udržitelné živobytí a samotný přístup k přírodním zdrojům je jeden z principů fair trade. Jak bylo zmíněno v kapitole o potravinové bezpečnosti, potraviny a přístup k nim je v posledních letech hojně diskutované téma v souvislosti s klimatickou změnou. Rok 2016 byl nejteplejším rokem na planetě Země za 137 let měření. V současnosti je přirozený skleníkový efekt zesilován dodatečně vypouštěnými skleníkovými plyny. V důsledku toho se v atmosféře zachytí víc tepla, globální teplota stoupá a má za následek stále častější extrémní výkyvy počasí – silné bouře, přivaly dešťů a bleskové povodně. V zemích globálního Jihu je klimatická změna velmi palčivá. Pro ilustraci uvádím příklad družstva drobných producentů banánů z Návětrných ostrovů, kde bylo za rok 2017 zaznamenáno působení 3 hurikánů, z nichž jeden měl devastační účinky. Prognóza zní tak, že přírodní katastrofy budou častější a běžné. Vědci odhadují, že by následkem extrémního počasí mohly být ke konci století postiženy dvě třetiny Evropanů každý rok. (Forzieri, Cescatti, Batista, Feyen, 2017, s. 200)

Země bude stále více ohrožena suchem, budou častější lesní požáry, ztráta úrody, vysychající studny a koryta některých řek. Základní potraviny budou stále dražší a bude jich nedostatek. V pobřežních oblastech se stane rizikem stoupající hladina moří. A v důsledku klimatických změn můžeme čekat také nedostatek úrody a zvyšující se cenu plodin. Klimatickou změnou jsou v současnosti nejvíce postiženi ti nejchudší obyvatelé planety. V budoucnu by se mohly dát do pohybu miliony lidí. Už dnes se řada lidí stěhuje kvůli nedostatku vody do jiných oblastí a kvůli klimatickým změnám jejich počet bude stále narůstat. Jeden z principů Fairtrade je šetrné zacházení s přírodními zdroji, nepoužívání pesticidů a snaha o dlouhodobě udržitelnou produkci. V Coobaně se tento princip naplňuje skrze projekty sociálního přímia, z jehož částky je investováno 20 % do projektů s tematikou životního prostředí. Pracovníci jsou proškolení v tématu šetrného pěstování, mají informace o tom, co je environmentálně problematické, proč je třeba dodržovat pravidla používání ochranných pomůcek a jsou motivováni k dodržování pravidel: *„Máme seznam, který látky rozděluje do skupin. Zakázané chemikálie označené červeně, se nesmí používat, jinak bychom přišli o osvědčení Fairtrade. Oranžový seznam, tam se nachází látky, které by mohly být brzo přeřazeny na červený, proto se také*

nesmí používat. A potom máme chemikálie označené žlutou barvou, na ty je třeba dávat pozor. Takový je systém, dostáváme seznam. Celý náš plán musí vycházet ze seznamu Fair Trade, jsme certifikováni Flocertem. V konvenčním zemědělství, tady máme například Chiquity, mají osvědčení od Rainforest, ISO 8000 a Globalgap. Oni tento seznam nedostávají. Ale my, kromě těch tří zmíněných, jsme navíc certifikováni organizací Fair Trade, proto můžeme používat jen ty chemické látky, které jsou povolené, ty, které nejsou na červeném seznamu“ (vedoucí družstva).

Zásadním krokem byla na cestě k udržitelnosti školení, která probíhala ve spolupráci s AgroFairem. Předmětem školení byla tvorba alternativ vůči běžným postřikům a pesticidům. V dnešní době se v rámci družstva používá několik hektarů půdy na diverzifikované pěstování a testování právě přírodních léčiv například z česneku nebo chilli. Na plantážích se používají recyklovatelné prostředky pro ochranu banánových trsů a v projektech se používají recyklovatelné materiály. Téma udržitelnosti je pro družstvo velkou výzvou a zároveň jedinou možnou alternativou, aby si mohlo zachovat dosavadní status, který poukazuje na to, že ekologické pěstování s epicentrem v lidském kapitálu a zachování přírodního bohatství je možné.

Teorie změny je dle Fairtrade International ideální variantou, jak by se změna mohla dít. V celé teorii se mohou dít neočekávané a neplánované zvraty, nicméně v případě družstva Coobana se naplňuje vytyčená teorie změny a dochází k naplnění vize o udržitelné a sociálně spravedlivé organizaci drobných pěstitelů a pracovníků, kteří vlastní prací vydělávají důstojnou mzdu. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak se v konkrétním družstvu používá sociální prémium a jaký to má vliv na členy družstva a pracovníky. Předkládaný výzkum má několik limitů a rozhodně nemůže být považován za hloubkový vhled do fungování samotného družstva. Na takový výzkum by bylo třeba více času a užší a delší kontakt s místní komunitou. Myslím si, že se mi podařilo i díky předchozím kontaktům s družstvem navázat kladný a přívětivý vztah, ale pro účely rozsáhlejšího a plnohodnotnějšího výzkumu by bylo zapotřebí strávit v oblasti ideálně déle než měsíc a mít tak možnost setkat se s větším vzorkem respondentů. Vnímala jsem, že v družstvu jsou poměrně běžné zahraniční návštěvy, které se nějakým způsobem snaží zjistit více fairtradovému způsobu fungování. To ostatně můžeme vidět i na počtu publikací a případových studií, které vznikají a snaží se poodhalit, zda je koncept opravdu funkční. S touto skutečností mě během výzkumu napadala otázka, zda jsou respondenti stále dost autentičtí a odpovídají tak, jaká je skutečnost nebo zda mají spíš představu o tom, jak by bylo vhodné odpovědět, aby se to setkávalo s podporou Fairtrade. Setkala jsem se s několika re-

spondenty, kteří měli potřebu svým způsobem Fairtrade velmi chválit a vyzdvihovat. V minulosti se objevily případy toho, kdy družstvo přišlo o svoji certifikaci Fairtrade, protože byly ze strany auditu nalezeny nesrovnalosti a porušení fairtradových principů. Je třeba nevidět Fairtrade jakožto jediný důvod, který má danou změnu zajistit, ale vnímat komplexněji nastavení a fungování organizace. Ráda bych zmínila, že by bylo pro příští práce a výzkumy vhodné dát do většího kontrastu certifikované a necertifikované farmy a plantáže. Zde by mohl být rozdíl vidět o mnoho markantněji. Pokud se díváme na jednu fungující skupinu, může nám připadat v mnoha věcech neefektivní nebo nefunkční. Ve chvíli, kdy zkusíme srovnat více skupin podle stejných kritérií, objeví se důležité rozdíly. Vzhledem k tomu, že jsem měla možnost navštívit po návštěvě Coobany necertifikované plantáže velkých firem a mluvit s místními zaměstnanci, mohla jsem si ještě více zarátovat obrat Fairtrade a jeho přínosy. Je však třeba kriticky myslet a nepřijímat dané zjednodušení bez vlastního uvážení. Myslím si, že je v oblasti spotřebitelství důležité dívat se po původu potravin a hledat globální souvislosti mezi jejich vznikem a problémy, které dnes můžeme ve společnosti vnímat. Pozitivním závěrem práce však je, že se tato témata dostávají do povědomí spotřebitelů a do celospolečenského diskurzu. Můžeme zaznamenat také změny na nadnárodní úrovni, například v tvorbě politik a směrnic, které už téma spravedlivého obchodu a neférových obchodních praktik reflektují a následně sledovat, jaké změny se opravdu dějí u drobných producentů a pěstitelů.

Závěr

Cílem práce bylo zpracovat případovou studii zaměřující se na koncept Teorie změny Fairtrade v banánovém družstvu Coobana v Panamě. Tento cíl byl naplněn. Výzkumná otázka, „Jak naplňuje družstvo Coobana teorii změny prostřednictvím sociálního prémia?“ ukazuje, že sociální prémium je zásadním přínosem jak pro družstvo samotné, které z něj čerpá na investiční projekty nebo financuje rozvojové projekty v oblasti Coobany, tak pro členy družstva, kteří využívají zejména sociální projekty. Tyto projekty zajišťují lidem v komunitě přístup k pitné vodě, sanitačním zařízením, umožňují jim stavět si a opravovat domy, dávají jim přístup k finančně dostupným potravinám a financují komunitní aktivity.

Zkoumané družstvo je do certifikace Fairtrade zapojeno od roku 2010 a za tu dobu se podařilo o polovinu zvýšit produkci a odbyt družstva a rozšířit svoje pole působnosti na další pozemky. Coobana má uzavřené dlouhodobé obchodní partnerství s několika evropskými partnery, což družstvu umožňuje plánovat produkci a zaměřit se na zvyšování kapacit členů družstva. Výzkumná část založená na rozhovorech a pozorování v družstvu ukázala, že projekty, které jsou realizované z prostředků sociálního prémia, naplňují teorii změny v oblasti zvyšování příjmů domácností, potravinové bezpečnosti, přístupu k základním službám, odolnosti vůči klimatické změně. Tyto zmíněné faktory by v kombinaci s dalšími prvky teorie změny měly vést k tomu, že drobní producenti budou moci vést udržitelný způsob života za důstojných podmínek. Je však třeba zmínit, že důležitou roli zde hraje i družstevnictví a celkové nastavení spolupráce založené na komunitních principech. Šíře projektů a každoroční zvyšování realizovaných projektů vypovídá o tom, že Coobana je pevným a stabilním prvkem místní komunity a má důležité postavení v rámci celého regionu. Nicméně je třeba zdůraznit výjimečnost právě družstva Coobana, které je ojedinelé svojí historií, polohou i organizačním uspořádáním, kdy je kombinován prvek plantážové produkce a drobných pěstitelů. Proto je třeba říct, že tato případová studie může sloužit jako inspirace pro další fairtradové aktéry, ale ne jako obecně aplikovatelný model. V případě každého jednoho družstva je třeba se dívat na historický kontext, podmínky státu a aktuální možnosti lidí, kteří jsou do spravedlivého obchodu zapojeni. V případě družstva Coobana by bylo zajímavé sledovat momentální trend a velký ekonomický úspěch v delším časovém horizontu a přesvědčit se o tom, že zavedené projekty fungují a družstvo má stále dostatečný odbyt pro svoji produkci.

Seznam použitých tabulek a schémat

Schéma 1. Teorie změny.....	34
Schéma 2. Oblasti působení cílů Fairtrade.....	34
Schéma 3. Oblasti podpory Fairtrade.....	35
Schéma 4 – Principy a intervence Fairtrade.....	36
Schéma 5, Teorie změny v krocích.....	39
Tabulka 1. Principy fair trade a družstevní identita.....	46
Tabulka 2 – Výše stanoveného sociálního prémia pro sektor banánů v Panamě.....	46

Seznam použitých zkratk

ATO	Alternative Trade Organisation, alternativní obchodní organizace
EFTA	European Fair Trade Association
EFTA	European Fair Trade Association
EK	Evropská Komise
FLO	Fairtrade Labeling Organisations
FT	Fair Trade
GATT	Všeobecná dohoda o clech a obchodu
FAO	Food and Agriculture Organization (Organizace pro výživu a zemědělství)
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
FTAO	Fair Trade Advocacy Office
ILO	International Labour Organization (Mezinárodní organizace práce)
WFTO	World Fair Trade Organization
IFAT	International Federation for Alternative Trade
MMF	Mezinárodní měnový fond
NEWS!	Network of European World Shops
NGOs	Nevládní organizace
OSN	Organizace spojených národů
SERRV national	Sales Exchange for Refugee Rehabilitation and Vocation; dnes SERRV Inter-
ToC	Theory of Change

UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNCTAD	Konference OSN o obchodu a rozvoji
UNEP	Program OSN pro životní prostředí
WTO	Světová obchodní organizace
WFTO	World Fair Trade Organisation
WTO	Světová obchodní organizace

Seznam použité literatury

BANANA LINK. Surviving-panamas-banana-crisis-cooperatively. [cit. 2017-08-30] Dostupné z:[online] [cit. 2017-09-15] Dostupné z: <http://www.bananalink.org.uk/surviving-panamas-banana-crisis-cooperatively>

BARADARAN, Shima a BARCLAY, Stephanie. 2013. Fair Trade and Child Labor. [online]. ©2008–2017 [cit. 2017-05-09]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/228122070_Fair_Trade_and_Child_Labor

BASIC. Banana value chains in Europe and the consequences of Unfair Trading Practices. 2015. [online] [cit. 2017-12-10] Dostupné z: http://www.makefruitfair.org/wp-content/uploads/2015/11/banana_value_chain_research_FINAL_WEB.pdf

BERNDT, Colleen E. H. 2007. Does Fair Trade Help the Poor? Evidence from Costa Rica and Guatemala. [online]. Mercatus Center, George Mason University, [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://mercatus.org/sites/default/files/publication/Fair%20Trade%20Coffee.pdf>

BERNDT, Colleen E.H. 2007. Does Fair Trade Help the Poor? Evidence from Costa Rica and Guatemala. [online]. Mercatus Center, George Mason University, [cit. 2017-05-18]. Dostupné z: <http://mercatus.org/sites/default/files/publication/Fair%20Trade%20Coffee.pdf>.

BÍLÝ, Tomáš a FRAŇKOVÁ, Eva. 2012. Globální souvislosti produkce a spotřeby. *Geografické rozhledy*, č. 22, s. 22–24. ISSN 1210-3004.

BOUDA, Michal. 2015. Fair trade a veřejné zakázky. Analýza možností přidávání fairtradvých kritérií do vypisovaných veřejných zakázek. In: *NaZemi* [online]. [cit. 2017-09-15] Dostupné z: https://www.nazemi.cz/sites/default/files/nazemi_pravni_analyza_web.pdf

DRAGUSANU, Raluca a NUNN, Nathan. 2014. [online]. The Impacts of Fair Trade Certification: Evidence From Coffee Producers in Costa Rica. [cit. 2017-9-14] Dostupné z: https://scholar.harvard.edu/files/nunn/files/draft_august_2013.pdf

EVROPSKÁ KOMISE. [online]. 10 benefits of trade for developing countries. [cit. 2017-03-09]. Dostupné z: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2012/january/tradoc_148991.pdf

FAIRTRADE ADVOCACY OFFICE. [online] ©2013 [cit. 2017-10-18] Dostupné z: <http://www.fairtrade-advocacy.org/fair-trade-and-the-eu/eu-policy-on-fair-trade>
Fairtrade advocacy office. [online] ©2013 [cit. 2017-10-18] Dostupné z: <http://www.fairtrade-advocacy.org/fair-trade-and-the-eu/eu-policy-on-fair-trade>

FAIRTRADE ČESKO A SLOVENSKO. [online]. ©2017, [cit. 2017-06-09]. Dostupné z: <https://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fair-trade>

FAIRTRADE INTERNATIONAL, [online]. ©2017, [cit. 2017-10-09]. Dostupné z:

FAIRTRADE INTERNATIONAL. 2015. Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade In: Fairtrade International [online]. ©2015, [cit. 2017-06-10]. Dostupné z: https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2014-Fairtrade-Monitoring-Scope-Benefits-final-web.pdf

FAIRTRADE INTERNATIONAL. 2017. Monitoring the Scope and Benefits of Fairtrade In: Fairtrade International [online]. ©2017, [cit. 2017-05-11]. Dostupné z: <https://monitoringreport2016.fairtrade.net/en/>

FAIRTRADE. [online]. Guideline for estimating costs of sustainable production. ©2011

FAIRTRADE. 2014. Teorie změny. [online] [cit. 2017-06-15]. Dostupné z: https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/1612-Fairtrade_Theory_of_Change.pdf

FAIRTRADE. 2015. [online] Fairtrade International Standards and related information available online. [cit. 2017-09-15] Dostupné z:
https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2015-12-18_List_of_Fairtrade_Standards.pdf

FAO. Certification in the value chain for fresh fruits, the example of banana industry, Fao commodity studies. [online] © FAO 2008 [cit. 2017-08-15]. ISBN 978-92-5-106162-6 Dostupné z :<http://www.fao.org/3/a-i0529e.pdf>

FORZIERI G., CESCATTI A., BATISTA E SILVA F., FEYEN L. 2017. Increasing risk over time of weather-related hazards to the European population: a data-driven prognostic study. *Lancet Planet Health* 2017.

FRUNDT, Henry, J. 2009. Fair Bananas! Farmers, workers, and consumers strive to change an industry. The university of Arizona Press.

GOING BEYOND FAIRTRADE IN PANAMA. [online] Youtube, 23.2.2012. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=SLIsTO51HX0>

HAYES, Mark a MOORE, Geoff. 2005. [online] The Economics of Fair Trade: A guide in plain English. [cit. 2017-08-14] Dostupné z:
<http://www.udbs.dur.ac.uk/fairtraderesearch/The%20Economics%20of%20Fair%20Trade%20Oplain%20guide.pdf>

HENDL, Jan. 2005. Kvalitativní výzkum. Praha: Portál.

HORKÝ-HLUCHÁŇ, Ondřej a PROFANT, Tomáš a kol. 2015. Mimo Sever a Jih. Praha: Ústav mezinárodních vztahů, v. v. i. ISBN 978-80-87558-18-8.

JANSEN, Huub. 2015. [online] Rozhovor. Berenschot.com. [cit. 2017-05.12]. Dostupné z:
<http://www.berenschot.com/expertise/expertise-services/living-wage/interview-dutch/>

JELÉN, Libor a KOCOVARÁ, Tereza. 2013. Globální obchod s banány a jeho dopady. Globální souvislosti produkce a spotřeby. *Geografické rozhledy*, č.22, s. 22-24. ISSN 1210-3004.

- KUAPA KOKOO, fairtrade cooperative, Ghana. About us. Kuapakokoo.com, [online] ©2017, [cit. 2017-04-06] Dostupné z: <https://www.kuapakokoo.com/about/us>
- LA PRENSA. [online]. Mejora producción bananera. [cit. 2017-10-14] Dostupné z: https://impresa.prensa.com/economia/Mejora-produccion-bananera_0_4870762946.html
- LAMB, Harriet. 2009. Fighting banana wars and othe fairtrade battles. Random House UK. ISBN 1846040841
- LOW, William a DAVENPORT, Eileen. 2006. Mainstreaming fair trade: adoption, assimilation, appropriation. *Journal of Strategic Marketing*, č. 14, s. 315-327. ISSN 0965-254X
- LYON, Sarah a MOBERG, Mark. 2010. Fair trade and social justice. Global ethnographies. New York: New Yourk University. ISBN 978-0-8147-9620-7.
- McKEON, Nora. 2011. [online] Globální potravinová bezpečnost. Praha: Glopilis. [cit. 2017-07-06] Dostupné z: <http://glopolis.org/wp-content/uploads/soubory/globalni-potravinova-bezpecnost.pdf>
- NICHOLLS, Alex a OPAL, Charlotte. 2004. Fair trade market driven ethical consumption. London: British library. ISBN 978-1-4129-0105-5.
- OSMAŃCZYK, Edmund Jan a MANGO, Anthony. 2002. Encyklopedia of the United Nations and International Agreements., New York: Taylor & Francis Ltd. ISBN 0415939208.
- OSUNDE, A. U. a OMORUYI, F. E. O. 2003. An Assessment of Women's Atitudes towards Special Skills Training Programmes in Nigeria. *Convergence*, 36/2003.
- OXFAM. 2016. Sweet fruit, bitter truth. [online] [cit. 2017-04-06] Dostupné z: <https://www.oxfam.de/system/files/20160531-oxfam-sweet-fruit-bitter-truth-en.pdf>
- POTTS, Joseph. 2004. Fairness with Your Coffee? Mises Institute. [online]. 2004 [cit. 2017-09-20]. Dostupné z: <https://mises.org/library/fairness-your-coffee>
- PŘÍBĚH TROPICKÉHO OVOCE. 2017, [online], Praha: Ekumenická akademie. Dostupné z: <http://ekumakad.cz/cz/publikace/pribeh-tropickeho-ovoce>
- RANSON, David. 2011. Fair trade. Praha: Kosmas. ISBN: 978-80-7239-258-2

RHSP, Coobana, project of the social economy. [online] ©2008. Dostupné z:
<http://www.rhsansfrontieres.org/en/activities/our-projects/child-labor-project/1041-coobana-project-of-the-social-economy>

ROBINS, N., S. ROBERTS aj. ABBOT. 1999. Who benefits? A social assessment of environmentally-driven trade. International Institute for Environment and Development, ISBN 1904035655.

SMITH, Alistair. 2013. Opinion: surviving Panama's banana crisis cooperatively. [online] Rozhovor z 3.4.2013. [cit. 2017-09-15] Dostupné z:
<https://www.freshfruitportal.com/news/2013/04/03/opinion-surviving-panamas-banana-crisis-cooperatively/>

SYLLA, Ndongo Samba. 2014. Fairtrade scandal. Ohio University. ISBN: 0821420925

TEN THOUSAND VILLAGES. [online]. ©2017 [cit. 2017-04-26]. Dostupné z:
<https://www.tenthousandvillages.ca/about/fair-trade>

UNDP. Sustainable development goals. [online] ©2013 [cit. 2017-09-11]

VACENOVSKÝ, Michal. Družstva v rozvojových zemích a jejich role v rámci fair trade. *In: Ekonomika v souvislostech, č. 7, s. 102–124.* Dostupné z: <http://www.ecoology.org/wp-content/uploads/Ekonomika-v-souvislostech-07.pdf>

VAGNERON, Isabelle a ROQUIGNY, Solveig. 2010. What do we really know about the impact of fair trade? [online]. Paris: PFCE. [cit. 2017-09-28] Dostupné z:
<http://www.commerceequitable.org/images/pdf/impact/what%20do%20we%20really%20know%20about%20ft%20impacts.pdf>

WORLD FAIR TRADE ORGANIZATION, Culemborg. About us. Wfto.com [online]. ©2014 [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: <https://wfto.com/about-us/history-wfto/history-fair-trade>

WRIGHT, Simon a MCCREA, Diane. 2008. The Handbook of Organic and Fair Trade Food Marketing. John Wiley & Sons, str. 268.