



**Provozně ekonomická fakulta
Katedra ekonomiky**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Zhodnocení potenciálu zavedení certifikovaných Fair Trade květin
na trh ČR

Vedoucí práce: Ing. Bohuslava Boučková, Csc.

Autorka práce: Bc. Karolína Jánošíková

© 2011 ČZU v Praze

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky

Akademický rok 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Karolína Jánošíková

obor Evropská agrární diplomacie

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze
čl. 17 odst. 2 určuje tuto diplomovou práci.

Název práce: **Zhodnocení potenciálu zavedení
certifikovaných Fair Trade květin na trh ČR**

Osnova diplomové práce:

0. Úvod
1. Cíl práce a metodika
2. Současné aspekty květinového průmyslu
3. Možné alternativní přístupy
4. Zavedení certifikovaných květin na český trh
5. Závěr
6. Seznam použitých zdrojů
7. Přílohy

Rozsah hlavní textové části: 60 - 80 stran

Doporučené zdroje:

Informační manuál o Fair Trade: [Fair Trade - malá změna - velký rozdíl] (2006). Společnost pro Fair Trade a rozvojové vzdělávání, Brno, 28 s.

ERICSON, R. B., Conscious Consumer: Promoting Economic Justice Through Fair Trade (2006). Fair Trade Resource Network, Philadelphia, US, 34 p.

DECARLO, J., Fair Trade: A Beginner's Guide (2007). Oneworld Publications, Oxford, England, 176 p.

NASH, J., Social Movemenets - An Anthropological Reader (2005). Blackwell Publishing Ltd, Oxford, England, 364 p.

Business Unusual - Successes and Challenges of Fair Trade (2006). Fair Trade Advocacy Office, Brussels, 187 p.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Bohuslava Boučková, CSc.**

Termín odevzdání diplomové práce: duben 2011

L.S.

.....
Vedoucí katedry



.....
Děkan

V Praze dne: 28. 3. 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Zhodnocení potenciálu zavedení certifikovaných Fair Trade květin na trh ČR“ vypracovala samostatně a použila jen pramenů, které cituji a uvádím v příložené bibliografii.

V Praze dne:

.....

podpis autorky práce

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucí své diplomové práce, Ing. Bohuslavě Boučkové, CSc. a dále lidem z Ekumenické akademie Praha, především ThDr. Jiřímu Silnému, paní Markétě Novotné a paní Daniele Richterové, za pomoc a veškerý čas, který mi věnovali při řešení zadané problematiky.

Zhodnocení potenciálu zavedení certifikovaných Fair Trade květin na trh ČR

Evaluation of the Fair Trade flowers potential introduction into the CR market

Souhrn

Práce se zabývá dvěma hlavními oblastmi. První z nich je zhodnocení současného stavu květinového průmyslu ve světě s důrazem na současnou produkci řezaných květin v rozvojových zemích a jsou definovány základní skupiny problémů, které produkci řezaných květin v těchto zemích provází.

V rámci popisu květinového průmyslu je hodnocen i současný stav odvětví v České republice spolu se současnými trendy jako je vzrůstající import řezaných květin z rozvojových zemí a rostoucí podpora domácí produkce hrnkových květin.

Následuje popis možností (programů certifikace řezaných květin), jež tyto problémy umožňují řešit. Důraz je kladen na potenciál jejich zavedení na český trh.

Druhá část práce, jež je vlastním přínosem autorky, má za cíl zmapovat současné podmínky na českém trhu pro zavedení certifikovaných řezaných květin a spočívá v provedení průzkumu mezi spotřebiteli a maloobchodními prodejci květin. Po zmapování současné situace následují závěry v podobě možností a doporučení pro další aktivity směřující k úspěšnému zavedení certifikovaných květin do ČR.

Práce skýtá možnosti pro další navázání na danou tematiku (detailní průzkum mezi velkoobchodníky, návrh konkrétních kroků pro zavedení certifikovaných květin).

Klíčová slova: certifikované květiny, fair trade, květinový průmysl, maloobchodní prodejci květin, řezané květiny, spotřebitelé

Summary

The Diploma thesis deals with two main areas. First one is an evaluation of current situation of world's flower industry with emphasis on the current production of cut flowers in developing countries. Particular groups of problems which go along with the cut flower production in these countries are defined.

The current state of flower industry in the Czech Republic is evaluated and current trends such as increasing import of cut flowers from developing countries and increasing support for domestic production of potted plants are highlighted.

A list of options (programs of certifications) which allow solving these problems is identified. The potential for their introduction to the Czech market is highlighted.

Second part of the thesis aims to map the current conditions in the Czech market with a view to the introduction of certified cut flowers. This section is based on a survey among consumers and retail sellers of flowers. After mapping the current situation, the general conclusions, options and recommendations for further activities towards successful implementation of certified flowers to the Czech market follow.

The thesis has a potential for further survey among wholesalers and the identification of procedures necessary for the implementation of certified flowers.

Keywords: certified flowers, fair trade, flower industry, retail sellers of flowers, cut flowers, consumers

OBSAH

| | |
|---|-----------|
| 1. Úvod | 9 |
| 2. Cíl práce a metodika | 11 |
| 3. Současné aspekty květinového průmyslu | 12 |
| 3.1 Květinový průmysl ve světě | 13 |
| 3.1.1 Vývoj a současný stav květinového průmyslu..... | 13 |
| 3.1.2 Původ řezaných květin..... | 15 |
| 3.2 Květinový průmysl v ČR – je zde ještě vůbec? | 18 |
| 3.2.1 Okrasné rostliny jako součást české ekonomiky a zemědělství..... | 19 |
| 3.2.2 Vývoj cen a spotřeba řezaných květin v ČR | 24 |
| 3.3 Nejzávažnější problémy současného květinového průmyslu | 27 |
| 4. Možné alternativní přístupy | 33 |
| 4.1 Fair trade, Flower Label Program a kampaň Fair Flowers | 35 |
| 4.1.1 Fair trade a značka Fairtrade..... | 35 |
| 4.1.2 Fair trade ve světě, v Evropě a v ČR..... | 36 |
| 4.1.3 Certifikované květiny – fair trade vs. FLP | 39 |
| 4.1.4 Fairtrade® a Fair Trade Certified™ Flowers..... | 42 |
| 4.1.5 FLP – Flower Label Program..... | 47 |
| 4.1.6 Projekt Fair Flowers for Human Rights | 48 |
| 4.2 Další možnosti certifikace květin..... | 53 |
| 4.2.1 Milieu Programma Sierteelt | 53 |
| 4.2.2 Kenya Flower Council..... | 55 |
| 4.2.3 Florverde | 56 |
| 4.2.4 Fair Flowers Fair Plants..... | 57 |
| 4.2.5 Fairness in Flowers..... | 59 |
| 4.2.6 VeriFlora | 60 |
| 4.2.7 Ethical Trading Initiative nejen pro květiny..... | 61 |
| 4.2.8 Max Havelaar Foundation jako rozšíření fair trade | 62 |

| | |
|--|------------|
| 5. Zavedení certifikovaných květin na český trh | 63 |
| 5.1 Komplexní průzkum mezi spotřebiteli | 65 |
| 5.1.1 Cíl průzkumu a metodika | 65 |
| 5.1.2 Část I. – povědomí a poptávka po fair trade produktech | 66 |
| 5.1.3 Část II. – povědomí o květinovém průmyslu a nákup květin | 68 |
| 5.1.4 Část III. - informovanost a poptávka po certifikovaných květinách..... | 73 |
| 5.1.5 Celkové hodnocení průzkumu | 78 |
| 5.2 Průzkum mezi spotřebiteli při testovacím prodeji fair trade růží | 80 |
| 5.2.1 Cíl průzkumu a metodika | 80 |
| 5.2.2 Část I. – poptávka po fair trade produktech | 82 |
| 5.2.3 Část II. – povědomí a poptávka po certifikovaných květinách | 83 |
| 5.2.4 Celkové hodnocení jednorázového průzkumu | 85 |
| 5.3 Průzkum mezi maloobchodními prodejci květin | 87 |
| 5.3.1 Cíl průzkumu a metodika | 87 |
| 5.3.2 Část I. – nákup a prodej řezaných květin..... | 88 |
| 5.3.3 Část II. – povědomí o původu řezaných květin | 91 |
| 5.3.4 Část III. – certifikované květiny – povědomí a poptávka | 93 |
| 5.3.5 Celkové hodnocení průzkumu mezi květináři | 95 |
| 5.4 Podmínky pro zavedení certifikovaných květin na český trh | 97 |
| 6. Závěr | 98 |
| 7. Seznam použitých zdrojů | 101 |
| 8. Přílohy | 105 |

1. Úvod

Při výběru diplomové práce a zaměření na tematiku fair trade byl zohledňován zájem autorky na problémech rozvojového světa a současného globálního obchodu. Díky vedoucí diplomové práce bylo autorce odkryto téma, jež by spojilo její zájem o negativní aspekty globálních mechanismů trhu se znalostmi z oboru zahradnictví nabytými autorkou během bakalářského studia. Tímto tématem je odkrytí a popis současných problémů produkce řezaných květin v rozvojových zemích a následný průzkum českého trhu, jenž by se zaměřil na zjištění aktuálních podmínek pro zavedení certifikovaných květin pro české spotřebitele.

Poté, co bylo téma práce zvoleno, však vyvstal problém správného pojetí dané problematiky, aby byl přínos práce co nejvyšší a stanovené cíle dosažitelné. Postupným sběrem informací a zkušeností v podobě spolupráce autorky na projektu Fair Flowers: Květiny pro lidská práva se záměry stále měnily a utvářely, až dostala diplomová práce výslednou podobu, jež se nyní dostává čtenáři do ruky.

Její první část je komplexní literární rešerší na téma aspektů současné produkce řezaných květin ve světě a možností alternativních řešení k současné květinové produkci. Mnoho lidí tématu neznalých by mohlo považovat květinový průmysl za něco, co podobně jako pěstování kávy či bavlny určitým způsobem funguje, a to způsobem, který je efektivní a není potřeba na něm nic měnit. Proč tedy toto téma hodnotit, hledat negativní aspekty a nabízet prakticky neznámé alternativy? Většina lidí si však neuvědomuje, co některá odvětví skrývají za svou na první pohled něžnou tvář.

Průmysl s řezanými květinami je toho skvělým příkladem. Pro konečné spotřebitele jde o odvětví zdánlivě půvabné – pěstitelé na velikých polích či ve sklenících produkují květiny, jež za účelem zkrášlení našich domovů prodávají a mají z toho patřičný zisk. Představa velmi pěkná a hojně rozšířená, avšak zkreslená a nepravdivá. Pokud se spotřebitel začne, byť jen okrajově, o toto odvětví zajímat, narazí na zásadní informaci – produkce řezaných květin se během 90. let přesunula prakticky kompletně z Evropy do rozvojových zemích, především pak do států subsaharské Afriky a Střední Ameriky. Mnoho lidí tento zásadní fakt nezná, pro

většinu spotřebitelů stále platí představa květinových polí a skleníků v Nizozemí. Avšak bohužel, abychom si mohli zpříjemnit své životy řezanými květinami po celý rok a pro nás za přijatelné ceny, nevědomky souhlasíme s produkcí řezaných květin, především tolik oblíbených růží, v rozvojových zemích s levnější pracovní silou a lepším klimatem. Květinové Nizozemí hraje již jen roli největšího překupníka.

Netřeba dodávat, že květinový průmysl v posledních dvaceti letech s sebou nese nezanedbatelné problémy, a to ekonomické, sociální a environmentální. Všechny tyto aspekty jsou šíře popsány v první části práce, kde je dále velký prostor věnován tématu možných alternativních řešení. Z těchto alternativ je vyzdvižen systém fair trade, ale nejsou opomenuty ani mnohá další programová řešení v oblasti životního prostředí a podmínek zaměstnanců pracujících v květinovém průmyslu.

Praktická část této diplomové práce je představována komplexním průzkumem mezi českými spotřebiteli a mezi maloobchodními prodejci květin, což umožňuje zhodnotit podmínky pro zrealizování dovozu certifikovaných květin do ČR. Jak průzkum mezi spotřebiteli, tak průzkum mezi maloobchodníky odhalily především znalost, resp. neznalost současného stavu květinového průmyslu a zájem, resp. nezájem o alternativní způsoby obchodu a certifikovanou květinovou produkci.

Závěry a hodnocení těchto průzkumů slouží jako odrazový můstek pro navázání např. v disertační či jiné diplomové práci, která by tohoto zhodnocení připravenosti spotřebitelů a květinářů přijmout certifikované květiny využila při oslovení velkoobchodníků a zjištění konkrétních formálních a neformálních kroků nutných pro vlastní zavedení certifikovaných květin na český trh.

Osobním názorem autorky je fakt, že současný stav povědomí a zájmu spotřebitelů a květinářů o certifikované květiny je tak malý, že aktuální dovoz certifikovaných květin do ČR by přinesl danému velkoobchodníkovi nejistotu, zda takovéto květiny vůbec prodá. Pokud by však dovozce opravdu stál za myšlenkou certifikovaných květin, podobně jako tomu bylo např. v počátcích fair trade obecně či v případě začátků certifikované kosmetiky, byla by naděje na úspěch v této oblasti veliká. Problémem však je, že právě ono nadšení pro danou oblast je především mezi maloobchodními prodejci květin zatím velmi vlažné.

2. Cíl práce a metodika

Tato diplomová práce má dva hlavní cíle, přičemž prvním z nich je přehledné zpracování dostupných informací na téma současného stavu květinového průmyslu, vytyčení základních problémů v této oblasti a přehled možných alternativních řešení ke zmírnění těchto problémů. Rešerše vychází z odborných publikací, článků, příspěvků a zdrojů statistických dat, v menší míře je obohacena o zjištění autorky.

Druhým cílem je provedení průzkumů mezi spotřebiteli a maloobchodníky za účelem zmapování současného stavu povědomí a poptávky po certifikovaných květinách a připravenosti českého trhu certifikované květiny přijmout. Metodika druhé části práce spočívá v provedení tří komplexních dotazníkových šetření.

První dotazníkové šetření je zaměřeno na průzkum mezi českými spotřebiteli a jeho nástrojem je elektronicky publikovaný dotazník, sestávající z 23 logicky návazných otázek a komplexně zaměřený na tři oblasti – poptávka a nákup fair trade produktů, povědomí o květinovém průmyslu a zájem o potenciální certifikované řezané květiny. Data byla následně zpracována jak serverem vyplnto.cz, kde byl elektronický dotazník umístěn, tak autorkou pomocí tabulkového editoru MS Excel. Respondenti nebyli selektováni dle žádných podmínek, snahou bylo získat data od co nejširšího spektra spotřebitelů.

Druhé dotazníkové šetření se zaměřilo na jednorázový průzkum mezi spotřebiteli – návštěvníky fair trade obchůdku Fair&Bio ke dni 14.2.2011, kdy zde byl uskutečněn prodej certifikovaných fair trade růží. Nástrojem průzkumu je osobně distribuovaný tištěný dotazník, sestávající z 11 logicky návazných otázek a rozdělený na oblasti nákupu fair trade produktů a povědomí o květinovém průmyslu spolku s potenciální poptávkou po certifikovaných květinách. Osloveni byli všichni návštěvníci prodejny bez jakékoli selekce, data následně zpracována v MS Excel.

Třetí dotazníkové šetření se zaměřilo na maloobchodní prodejce květin. Nástrojem je i zde tištěný, osobně distribuovaný dotazník, přičemž pro tyto účely bylo osloveno 75 náhodně vybraných z 290 veškerých květinářů v hlavním městě Praha. Dotazník sestává ze 14 logicky návazných otázek a je zaměřen na tři oblasti – nákup a prodej květin, povědomí o původu květin a zájem o alternativní produkci/certifikované květiny. Získaná data byla autorkou zpracována v tabulkovém editoru MS Excel a dále bylo podobně jako v předchozích dvou případech pracováno především s vytvořenými grafy, jež jsou v příslušných kapitolách komentovány.

3. Současné aspekty květinového průmyslu

Význam květin pro člověka

Pro mnoho běžných spotřebitelů jsou květiny dárkem, dekorací, zpříjemněním života. Jak uvádí Mezinárodní asociace výrobců zahradních rostlin (dále jen AIPH), rostliny a květiny měly v historii lidstva vždy veliký význam v nejrůznějších souvislostech. Význam a funkce rostlin pak můžeme dělit do tří základních skupin.

➤ První kategorií jsou pozitivní vlastnosti rostlin obecně jako takové, kam bychom řadili v první řadě fakt, že bez rostlin by nebyl na planetě Zemi život. Rostliny, květiny, stromy hrají nejen estetickou, ale i funkční roli v moderních městech, v architektuře obydlí i v tvorbě krajiny. S květinami osázenými ostrůvky se setkáme při jízdě autem, kde působí opět esteticky a společně s travnatými pásy podél silničních spojů pomáhají udržovat alespoň částečně čistější vzduch v okolí komunikací. V této souvislosti bychom neměli opomenout opět jak estetickou, tak i ozdravnou funkci pokojových rostlin, tedy těch živých.

➤ Do druhé kategorie spadají léčivé vlastnosti rostlin a květin, s kterými se v některé z následujících forem setkal pravděpodobně každý. Rostliny mohou obsahovat léčivé, uklidňující či povzbuzující látky a výtažků z nich používá jak alternativní, tak mnohdy i klasická medicína. Nelze ani opomenout fakt působení především barevných květin na psychiku lidí, speciální pozitivní efekt pobytu v přírodě a péče o zahradu rovněž na duševní zdraví a pohodu jedinců. V dnešní době už existuje vedle jiných podobných metod léčebná zahradnická terapie.

➤ Třetí kategorií je sociální a kulturní význam rostlin a květin. V každé kultuře může daná rostlina či květina znamenat něco jiného, při různých příležitostech se volí různé květiny i jejich použití. Svou roli hrají i v umění. Svou přítomností v blízkosti našich obydlí jsou údajně i výrazem sociální stability – čím více jsme obklopeni zelení, tím spokojenější vedeme život. Péče o rostliny může být i dobrou výchovnou metodou. Existuje ohromné množství milovníků květin, díky kterým vznikají různé výstavy, veletrhy, spolky. O širokém uplatnění rostlin a květin v lidské společnosti přinášejícím mnoho dobrého nelze pochybovat a snad bychom našli jen málo negativ, například v podobě plevelných či jedovatých rostlin. [21]

V následujících kapitolách bude pozornost věnována celkovému pohledu na současný květinový průmysl, a to jak v globálním měřítku, tak ze strany producentů i státních institucí v České Republice. Celá práce pracuje s pojmem květinový průmysl ve smyslu produkce okrasných květin jak řezaných, tak hrnkových, přičemž důraz bude kladen více na okrasné květiny řezané.

V souvislosti s pěstováním okrasných, zde myšleno řezaných, květin je téměř nutno používat pojmu jako je průmysl či průmyslová produkce. Současný stav opravdu neumožňuje označit dané odvětví jako pěstování rostlin, přestože toto je jeho podstatou. Při produkci řezaných květin na farmách v rozvojových zemích nejenže květiny ztrácí svou krásu i poetičnost kvůli ohromným rozlohám skleníků, ale především pak při bližším pohledu na dané odvětví kvůli pracovním podmínkám zaměstnanců a dopadům květinové produkce na životní prostředí. Odvětví je tak spíše než zemědělství a přírodě, jak tomu bylo dříve, bližší chemickému průmyslu a velkovýrobě nám známé z 19. století.

Rovněž samotný název Mezinárodní asociace výrobců zahradních rostlin (AIPH, Association Internationale des Producteurs de l'Horticulture, International Association for Horticulture Producers) toto potvrzuje právě užitím pojmu producent, nikoli pěstitel. [21]

3.1 Květinový průmysl ve světě

3.1.1 Vývoj a současný stav květinového průmyslu

Mnohý spotřebitel by se mohl domnívat, že běžně kupované řezané květiny se pěstují ve sklenících v evropských „květinových“ zemích jako je Nizozemí či Belgie. Není tomu tak a obchod s řezanými květinami je v současnosti vyloženě globální záležitostí. Základní fakta poskytuje ILO (2011) v dokumentu zabývajícím se trendy a perspektivami odvětví řezaných květin: *“Světový obchod s řezanými květinami se vyznačuje vysokým stupněm koncentrace produktů a zdrojů. Hlavním obchodovaným artiklem jsou růže, Německo je hlavním trhem pro dovoz a Nizozemsko předním světovým vývozcem a zároveň předním dodavatelem na německý trh. Vývoz z Nizozemí do Německa je hlavní složkou světového obchodu s řezanými květinami, jenž tvořil 43 % celkového vývozu EU v roce 1994. Švýcarsko, Francie a Spojené*

království jsou dalšími hlavními trhy pro holandské květiny. Co se týče Ameriky, primárními dodavateli řezaných květin do USA byla Kolumbie a Ekvádor“. [19]

Bohužel, většina evropských zemí nemá tedy s primární produkcí řezaných květin mnoho společného a společným jmenovatelem mezi květinovou velmocí Nizozemím a známými tulipány a dalšími květinami je květinová burza v Aalsmeeru.

Aalsmeerská květinová burza

Jinak je také známá jako Bloemenveiling Aalsmeer. Byla založena 5.1.1912 za účelem lepšího vyjednávání pěstitelů (tehdy převážně evropských) při prodeji květin a tím snížení konkurenčních sil zprostředkovatelů. Nyní je sdružením 600 pěstitelů. V roce 2008 se spojila se svým největším konkurentem FloraHolland a většina mimoevropských dovozců obchoduje své květiny právě zde. Současný průměrný denní prodej přesahuje 20 milionů květin, denní obrat je více než 6 milionů EUR, roční obrat téměř 2 mld. EUR. Burza zaměstnává 700 osob, dle Morehen (2007) až 2000 osob. Budova burzy je 3. největší na světě co do rozlohy s téměř 1 mil. m². Denně se burzy aktivně účastní cca 7 000 obchodníků. [35, 42]

Jak uvádí Morehen (2007), při své osobní návštěvě květinové burzy v květnu 2007 byla svědkem prodeje 20 milionů řezaných květin a 2 milionů rostlin v jediném dni, uskutečněnými tisíci registrovaných kupců v 60 000 transakcích, v Den matek je to 28 milionů květin. Ceny zaplacené nákupčími za řezané květiny tvoří tzv. *The Aalsmeer Flower Index*, čímž nákupy uskutečněné v Aalsmeeru ovlivňují následně ceny květin nejen v Evropě. Indexová data jsou veřejně přístupná a pravidelně publikovaná od roku 1996 a jsou klíčová pro pěstitele, nákupčí, floristy apod. [35]

V aukční síni je každý vozík květin dražen pomocí nizozemského systému.¹ Nákupčí na burze mohou reprezentovat mnoho koncových spotřebitelů nebo také jednoho velkého jako např. Tesco či Safeway. Nákupčím trvá přibližně rok získat potřebné zkušenosti a dovednosti pro efektivní nakupování na burze. Nákupčí hradí své nákupy okamžitě, neexistuje zde žádný úvěrový systém.

Dle stejné autorky jsou největšími dovozci na burzu Izrael, Keňa, Uganda a země EU – Francie a Dánsko. Květiny jsou exportovány nejvíce do Německa, Velké Británie, Itálie, Španělska, Ruska a východní Evropy, malé množství putuje do USA.

¹ Nizozemský systém je takový typ aukce, kde je nabízená položka počátečně nabídnuta za vysokou cenu, která je progresivně snižována do doby, než je na ni učiněna nabídka a položka je tak prodána. První nákupčí, který na burze stiskne tlačítko nákupu, tak nejen determinuje cenu, ale zároveň přímo kupuje dané množství květin.

Faktem je, že osa import/export v současnosti probíhá ve směru Sever/Jih, přičemž v historii směřoval globální trh ve směru Východ/Západ. [35]

Systém burzy může mnohé procesy zjednodušit, ale v současné době přináší negativa pro samotné producenty květin. Výhody ze zavedeného systému plynou pro nákupčí/velkoobchodníky v Evropě, kteří mají usnadněn svůj nákup seskupením ohromného množství dostupných produktů na jednom místě, přičemž registrovaní nákupčí mohou obchodovat bez osobní účasti na aukci pomocí dálkového nákupního programu. On-line vyberou, nakoupí, zaplatí, počkají na dodávku. Produkt odpovídá požadavkům obchodníka i jeho zákazníků, proces je snadný a výběr veliký. [42]

Avšak producenti nemají moc na výběr – pokud květiny na burzu přes své zprostředkovatele nedodají, těžko budou svou produkci prodávat jinde. Přímých odběratelů je zatím málo, ale naštěstí jich pomalu přibývá. To je šancí pro ekologicky a sociálně odpovědné, jinými slovy certifikované květiny, kterým bude v dalších kapitolách věnováno více pozornosti. V záplavě nepřeborného množství květin za co nejnižší ceny na burze nemají o pár procent dražší certifikované květiny šanci. Při přímém řetězci producent-odběratel už ano, zde totiž obchodník platí za požadovanou kvalitu a určitý certifikát. Při zkráceném řetězci, tedy bez aukce jako dalšího prostředníka, si může obchodník dovolit vyšší cenu za vyšší kvalitu květin.

Proto dokud bude v dnešním globálním světě cena jediným a pevně daným kritériem obchodu, bude Aalsmeerská aukce dávat příležitosti producentům standardizované produkce ve velkých objemech za nízkou cenu. Jedině vznik kratších/přímých distribučních cest mezi producenty a obchodníky (potažmo spotřebiteli) je šancí pro ozdravení květinového průmyslu a zavedení alternativních přístupů v květinové produkci.

3.1.2 Původ řezaných květin

Současnými producenty řezaných květin jsou obecně Afrika, Střední a Jižní Amerika a Jihovýchodní Asie, tedy rozvojové země tzv. třetího světa. Přesun produkce řezaných květin do těchto oblastí byl nejmarkantnější v 90. letech 20. století, od této doby produkce v Evropě soustavně klesala až k současnému stavu. Evropa sice zažívá nárůst produkce hrnkových a záhonových květin, avšak v odvětví květin řezaných by vzhledem k nevhodným klimatickým podmínkám nebyla především v zimních měsících schopná konkurovat levným standardizovaným dovozům z oblastí s příznivějším klimatem a levnou pracovní silou.

Pro vykreslení původu produkce i odbytu řezaných květin spolu s poptávkou po květinách v Evropě slouží tabulky 1 a 2 v Příloze 1 (dovoz a vývoz hrnkových a řezaných květin – světový vývoj v letech 2006 – 2008), dále v textu následující tabulky 3, 4 a 5 (obraty na květinových burzách, vývoj pěstebních ploch květin v Evropě a spotřeba květin v Evropě) a rovněž je využito informací z AIPH Union Fleurs – mezinárodních statistik květin a rostlin pro rok 2010.

Tab. 3: Obraty na květinových burzách v Evropě v letech 1995 – 2008

| Obraty na květinových burzách vybraných evropských zemí (v mil. EUR) | | | | | | |
|---|--------------------|---------|---------|---------|-------|-------------|
| Burza | Země | 1995 | 2005 | 2007 | 2008 | 2008/07 (%) |
| FloraHolland ** | Nizozemsko | - | 2 005,5 | 4 064,0 | 4 074 | + 0,2 |
| VBA,Aalsmeer | Nizozemsko | 1 163,7 | 1 689,6 | 1 823,4 | - | - |
| Landgard* | Německo | - | 820,0 | 883,0 | 913,0 | +3,4 |
| Plantion ** | Nizozemsko | - | - | 92 | 96 | + 4,3 |
| New Covent Garden | Spojené království | - | 95,1 | 77 | - | - |

Pramen: Ročenka AIPH- zpracoval Svaz květinářů a floristů ČR

Poznámka: * změna názvu k 31. 3. 2006 (dříve NBV/UGA)

** od roku 2007

Tabulka 4: Vývoj pěstebních ploch řezaných a hrnkových květin v Evropě v období 2006 – 2008

| Přehled pěstebních ploch květin a hrnkových rostlin (ha) | | | | | | | | | |
|---|--------------|-----------------|--------|--------------|-----------------|--------|--------------|-----------------|--------|
| Země | 2006 | | | 2007 | | | 2008 | | |
| | krytá plocha | venkovní plocha | celkem | krytá plocha | venkovní plocha | celkem | krytá plocha | venkovní plocha | celkem |
| Celkem svět | cca 610 000 | | | cca 532 973 | | | cca 546 540 | | |
| Celkem Evropa | 52 746 | | | 53 602 | | | 53 373 | | |
| Z toho: | 625 | 1 027 | 1 652 | 625 | 1 027 | 1 652 | 625 | 1 027 | 1 652 |
| Belgie | 126 | 89 | 215 | 129 | 91 | 220 | 129 | 91 | 220 |
| ČR | 353 | 194 | 547 | 350 | 194 | 544 | 350 | 194 | 544 |
| Dánsko | 135 | - | 135 | 135 | - | 135 | 161 | - | 135 |
| Finsko | 1 961 | - | 4 464 | 1 909 | 3 323 | 5 232 | 1 909 | 3 323 | 5 232 |
| Francie | 55 | - | 55 | 55 | - | 55 | 55 | - | 55 |
| Guernsey | - | - | 7 976 | - | - | 7 976 | - | - | 7 976 |
| Itálie | - | - | 62 | - | - | 62 | - | - | 62 |
| Irsko | 220 | 220 | 440 | 220 | 220 | 440 | 220 | 220 | 440 |
| Maďarsko | 5 365 | 2 784 | 8 149 | 5 311 | 2 573 | 7 884 | 5 047 | 2 581 | 7 628 |
| Nizozemsko | 2 524 | 5 116 | 7 640 | 2 524 | 5 116 | 7 640 | 2 524 | 5 116 | 7 640 |
| Německo | 118 | - | 118 | 113 | - | 113 | 113 | - | 113 |
| Norsko | 1 417 | 3 176 | 4 593 | 1 417 | 3 176 | 4 593 | 1 417 | 3 176 | 4 593 |
| Polsko | 418 | 1 753 | 2 171 | 418 | 1 753 | 2 171 | 418 | 1 753 | 2 171 |
| Rakousko | - | - | 944 | - | - | 1 300 | - | - | 1 300 |
| Řecko | 2 456 | 3 684 | 6 140 | 2 456 | 3 684 | 6 140 | 2 456 | 3 684 | 6 140 |
| Španělsko | 159 | - | 159 | 159 | - | 159 | 159 | - | 159 |
| Švédsko | 229 | 288 | 517 | 229 | 288 | 517 | 229 | 288 | 517 |
| Švýcarsko | 1 043 | 5 726 | 6 769 | 1 043 | 5 726 | 6 769 | 1 043 | 5 726 | 6 769 |
| Spojené království | | | | | | | | | |

Pramen: Ročenka AIPH- zpracoval Svaz květinářů a floristů ČR

Tab. 5: Spotřeba květin v Evropě v roce 2007

| Spotřeba květin v roce 2007 | | | | | |
|------------------------------------|---|--|-----------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Země | Řezané květiny na 1 obyvatele (EUR) | Hrnkové květiny na 1 obyvatele (EUR) | Celkem na 1 obyvatele (EUR) | Počet obyvatel (mil.) | Spotřeba ve státě (mil. EUR) |
| Belgie | 38 | 28 | 66 | 10 | 660 |
| ČR | 14 | 12 | 26 | 10 | 260 |
| Dánsko | 48 | 46 | 94 | 5 | 470 |
| Finsko | 37 | 39 | 76 | 5 | 380 |
| Francie | 31 | 20 | 51 | 62 | 3 162 |
| Chorvatsko (2003) | 7 | 7 | 14 | 5 | 70 |
| Irsko | 40 | 16 | 56 | 4 | 224 |
| Itálie | 25 | 11 | 36 | 59 | 2 124 |
| Maďarsko | 14 | 11 | 25 | 10 | 250 |
| Nizozemsko | 56 | 34 | 90 | 16 | 1 440 |
| Norsko | 63 | 60 | 123 | 5 | 615 |
| Německo | 35 | 51 | 86 | 83 | 7 138 |
| Polsko | 10 | 4 | 14 | 38 | 532 |
| Portugalsko | 15 | 10 | 25 | 11 | 275 |
| Rakousko | 37 | 38 | 75 | 8 | 600 |
| Rusko | 5 | 2 | 7 | 142 | 994 |
| Řecko | 21 | 9 | 30 | 11 | 330 |
| Slovensko | 10 | 6 | 16 | 5 | 80 |
| Slovinsko | 21 | 25 | 46 | 2 | 92 |
| Španělsko | 19 | 10 | 29 | 45 | 1 305 |
| Švédsko | 38 | 47 | 85 | 9 | 765 |
| Švýcarsko | 77 | 43 | 120 | 8 | 960 |
| Spojené království | 49 | 13 | 62 | 61 | 3 782 |
| Evropa * | 23 | 16 | 40 | 681 | 26 998 |
| Japonsko ** | 56 | - | - | 128 | - |
| USA ** | 20 | - | - | 306 | - |

Pramen: Ročenka AIPH- zpracoval Svaz květinářů a floristů ČR

Poznámka: * součet uvedených států

** pouze řezané květiny

Jako nejdůležitější lze z výše uvedených a zjištěných údajů označit tato fakta:

1. Za největšího dovozce řezaných květin na světě lze v roce 2008 považovat Německo s objemem v hodnotě 1.465 mil. EUR, Nizozemí s 966 mil. EUR a Velkou Británií s 932 mil. EUR. Tyto tři země tvořily 32,5 % světového dovozu
2. Za největšího vývozce řezaných květin na světě v roce 2008 lze považovat Nizozemsko s objemem v hodnotě 2.534 mil. EUR, avšak jedná se o vývozce zprostředkovaného, nikoli o primárního vývozce své vlastní produkce
3. Velkými „čistými“ vývozci řezaných květin na světě v roce 2008 jsou Izrael se 150 mil. EUR, Čína se 117 mil. EUR, Keňa s 389 mil. EUR, Zimbabwe a Thajsko s 80 mil. EUR, Ekvádor s 293 mil. EUR a USA se 153 mil. EUR

4. Co se týče rozlohy pěstebních ploch hrnkových a řezaných květin v součtu, v Evropě disponuje 7.560 ha Nizozemí (2009), Afrika v souhrnu disponuje 7.604 ha (průměr let 1995 - 2008), z toho Keňa 2.180 ha (2002). Absolutně největší plochu vykazuje Čína s 306.538 ha (2008) a Indie se 167.000 ha (2009)
5. Rozdíl v používaných technologiích a tedy produktivitě práce lze nejnázne demonstrovat na rozdílné hodnotě produkce v poměru k pěstební ploše – Nizozemí vykazovalo v loňském roce hodnotu produkce 3.780 mil. EUR na 7.560 ha (2009), pro srovnání Afrika vykazovala v témže roce hodnotu produkce 634 mil EUR na 7.604 ha (průměr let 1995 – 2008). V tomto srovnání vystupuje produkce květin celková (hrnkové i řezané květiny celkem), přesto ukazuje na markantní rozdíly v produktivitě práce daných oblastí
6. Co se týče absolutní spotřeby hrnkových a řezaných květin celkem v roce 2007, největšími spotřebiteli byli Německo s objemem 7.138 mil. EUR, Velká Británie s 3.782 mil. EUR, Francie s 3.162 mil. EUR a Itálie s 2.124 mil. EUR
7. Relativní spotřeba (pouze řezaných květin), tedy v přepočtu peněžních výdajů za květiny na 1 obyvatele daného státu, byla v roce 2007 nejvyšší ve Švýcarsku s výdaji 77 EUR na osobu, dále v Norsku s 63 EUR, v Nizozemsku s 56 EUR, ve Velké Británii s 49 EUR. Z mimoevropských zemí vydali za řezané květiny nejvíce Japonci s 56 EUR na osobu ročně

Tabulka 4 ukazuje poměrně setrvalý stav pěstebních ploch řezaných a hrnkových květin v Evropě v letech 2006 – 2008. Podle odhadu AIPH byly v roce 2008 květiny a hrnkové rostliny v Evropě pěstovány na cca 53,4 tis ha v objemu téměř 10,6 mld. EUR, největšími evropskými producenty jsou Nizozemí, Německo a Itálie s více než 70 % produkce evropského květinářství. [4, 23]

3.2 Květinový průmysl v ČR – je zde ještě vůbec?

Jak bylo nastíněno v kapitolách výše, produkce řezaných květin je v současnosti záležitostí rozvojových zemí a jmenovitě v ČR je primární produkce řezaných květin nízká. Někteří možná pamatují skleníky s gerberami a karafiáty, avšak i ty poslední nyní mizí na úkor levnějšího dovozu.

3.2.1 Okrasné rostliny jako součást české ekonomiky a zemědělství

Co se týče květinového průmyslu ve smyslu produkce řezaných květin v ČR, oficiální dostupné informace a statistiky jsou spravovány Ministerstvem zemědělství ČR. Dle terminologie MZe ČR lze v této souvislosti hovořit o Okrasných rostlinách, přičemž „tato skupina zahrnuje květinářství, okrasné školkařství a ovocné školkařství.² Je nepřehlédnutelnou součástí zemědělství i po stránce ekonomické, kdy produkce ozdobných květin, jejich semen a celá školkařská produkce (včetně ovocné) se podílí podle posledních údajů ČSÚ na rostlinné produkci 3,99%. Skupina se vyznačuje dlouhodobě rostoucí tendencí“. [4, 34]

Toto tvrzení je zdánlivě v rozporu s tím, že produkce řezaných květin v ČR je neustále klesající a květiny jsou dováženy z rozvojových zemí. Vysvětlení je prosté – pojem Okrasné rostliny v pojetí MZe ČR v sobě kromě řezaných květin zahrnuje i hrnkové květiny a okrasné a ovocné školkařství. Celý pojem tedy není vhodný pro přímé hodnocení produkce řezaných květin v ČR. Podle Klečkové (2009) rovněž nelze pro hodnocení produkce květin v ČR použít ani údaje Českého statistického úřadu, jelikož používá podobného pojmu „ozdobné květiny“, který zahrnuje i část školkařské produkce. [26]

Pro hodnocení sektoru květinářství v ČR budeme dále vycházet z podrobných statistik MZe ČR vycházejících z údajů poskytnutých Svazem květinářů a floristů ČR, jež jsou reprezentovány následujícími tabulkami 6 až 10 a grafem 1.

Tabulka 6: Květinářská produkce v ČR v období 2003 – 2008

| Struktura květinářské produkce v ČR (v mil. Kč) | | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ukazatel | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Cibuloviny | 5,9 | 6,1 | 5,5 | 5,5 | 5,0 | 5,0 |
| Záhonové | 565,0 | 605,0 | 686,0 | 749,0 | 809,0 | 871,5 |
| Hrnkové | 622,0 | 666,0 | 675,0 | 690,0 | 709,0 | 729,0 |
| Řez.květy | 129,0 | 119,0 | 115,0 | 107,0 | 105,0 | 108,0 |
| Řez.zeleň | 49,0 | 46,0 | 43,0 | 42,5 | 42,0 | 42,0 |
| Sušené | 27,0 | 25,0 | 22,0 | 20,0 | 17,0 | 18,0 |
| Osiva | 25,0 | 28,0 | 30,0 | 27,0 | 28,0 | 27,0 |
| CELKEM | 1 422,9 | 1 495,1 | 1 576,5 | 1 641,0 | 1 715,0 | 1 800,5 |

Pramen: Svaz květinářů a floristů ČR

² Na základě evropských právních předpisů je skupina Okrasné rostliny jmenovitě uvedena v zákoně č. 252/1997 Sb. o zemědělství a je zahrnuta do rozvojových programových dokumentů České republiky.

Tabulka 7: Vývoj pěstebních ploch květin v ČR v období 1979 - 2008

| Struktura a vývoj pěstebních ploch v ČR (ha) | | | | | | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ukazatel | 1978 | 1983 | 1988 | 1993 | 2000 | 2002 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Skleníky | 134,1 | 158,3 | 185,0 | 125,0 | 115,0 | 115,0 | 115,0 | 116,0 | 116,0 | 117,0 |
| Fóliovníky | 8,4 | 15,7 | 22,0 | 5,0 | 5,0 | 5,0 | 7,0 | 8,0 | 10,0 | 12,0 |
| Pařeniště | 39,7 | 28,7 | 11,0 | 5,0 | 9,0 | 6,0 | 5,0 | 4,0 | 3,0 | 2,0 |
| Kryté plochy celkem | 182,2 | 202,7 | 218,0 | 135,0 | 129,0 | 126,0 | 127,0 | 128,0 | 129,0 | 131,0 |
| Venkovní plochy | 359 | 254 | 200 | 105 | 85 | 89 | 85 | 88 | 91 | 97 |

Pramen: Svaz květinářů a floristů ČR

Tabulka 8: Spotřeba květin v ČR v letech 1998 – 2008

| Spotřeba květin v ČR ve spotřebitelských cenách v Kč/os./rok | | |
|---|-----------------|-------------------------|
| Rok | Spotřeba květin | Meziroční přírůstek (%) |
| 1998 | 457 | +6 |
| 1999 | 540 | +18 |
| 2000 | 566 | +5* |
| 2001 | 631 | +11 |
| 2002 | 693 | +10 |
| 2003 | 709 | +2** |
| 2004 | 776 | +10 |
| 2005 | 813 | +6 |
| 2006 | 790 | -2,8*** |
| 2007 | 798 | -1,8 |
| 2008 | 852 | +6,76**** |

Pramen: Svaz květinářů a floristů ČR

Poznámka: * vliv snížení DPH, po očištění vlivu cca +13 %

** vliv poklesu tržeb po záplavách 2002 v jarním (rozhodujícím) období roku 2003

*** vliv snížení DPH z 19 % na 5 % k 15. 7. 2006

**** od 1. 1. 2008 změna sazby DPH z 5 % na 9 %

Tab. 9: Produkce odvětví květinářství v ČR za období 1998 – 2008

| Produkce květinářství v ČR (v mil. Kč) | | | | | | | | | | |
|---|------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|---------|---------|---------|
| 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| 740 | 840 | 1 011 | 1 162 | 1 322 | 1 423 | 1 495 | 1 576,5 | 1 641,0 | 1 715,0 | 1 800,5 |

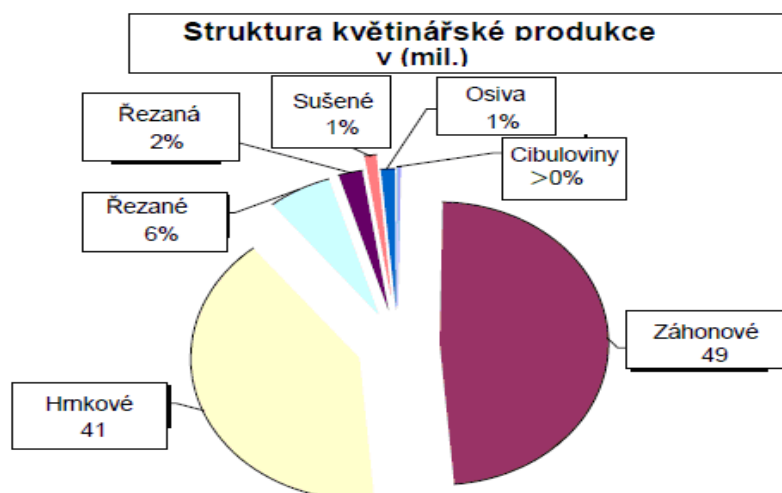
Pramen: Svaz květinářů a floristů ČR

Tab. 10: Vývoj bilance ZO ČR s květinami v letech 2001 – 2008

| Vývoj bilance zahraničního obchodu ČR s květinami (v mil. Kč) | | | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ukazatel | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Import | 1 463,3 | 1 575,7 | 1 530,8 | 1 739,7 | 1 867,0 | 1 894,7 | 2 228,7 | 2 461,9 |
| Export | 89,6 | 133,2 | 151,7 | 190,5 | 243,1 | 219,3 | 202,3 | 195,2 |
| Saldo zahraničního obchodu | -1 373,7 | -1 442,5 | -1 379,1 | -1 549,2 | -1 623,9 | -1 675,4 | -2 026,4 | -2 266,7 |

Pramen: Statistika zahraničního obchodu

Graf 1: Struktura květinářské produkce v ČR v roce 2008



Zdroj: Svaz květinářů a floristů ČR

Z výše uvedeného grafu 1 a tabulek 6 až 10 lze vyvodit následující charakteristiky současného odvětví květinářství ČR:

1. ČR v souladu s evropským trendem vykazuje největší podíl květinářské produkce v oblasti květin hrnkových a záhonových (celkem 90 % veškerého květinářství v roce 2008), přičemž oproti roku 2007 se zvětšil jak objem produkce záhonových rostlin (nárůst o 62,5 mil. Kč), tak objem produkce hrnkových rostlin (nárůst o 20 mil. Kč)
2. Produkce řezaných květů kolísala v letech 2006 – 2008 minimálně a pohybovala se v objemu 105 – 108 mil. Kč, řezaná zeleň 42 – 42,5 mil. Kč
3. Nejmarkantnější úbytek pěstebních ploch v ČR byl zaznamenán mezi lety 1988 a 1993, kdy celkové kryté plochy poklesly z 218 ha v roce 1988 na 135 ha v roce 1993 – tento propad odpovídá přesunu produkce řezaných květin v 90. letech do rozvojových zemí
4. Spotřeba květin (celkově) vyjádřená ve spotřebitelských cenách v Kč na osobu za rok neustále roste, přičemž výkyvy byly způsobeny např. povodněmi v roce 2002 či změnou sazby DPH v letech 2006 a 2008
5. Saldo zahraničního obchodu ČR s květinami je od sledovaného roku 2001 do roku 2008 záporné a konstantně rostoucí. V roce 2008 dosáhl import květin do ČR rekordní hodnoty (objem 2.461,9 mil. Kč) a saldo zahraničního obchodu po přičtení exportu v objemu 195,2 mil. Kč tak činilo –2.266,7 mil Kč [4, 34]

Mimo výše uvedeného lze sledovat aktuální vývoj odvětví okrasných květin v ČR z tiskových zpráv a médií. Například zpravodajský portál E15 zveřejnil 14.1.2011 zprávu, že produkce květin v tuzemsku loni (v roce 2010) mírně klesla. Zpráva uvádí mírný pokles v objemu pěstovaných rostlin v roce 2010 oproti roku 2009, objem produkce v roce 2009 byl o 0,2 % menší než v roce 2008. [28]

Zpráva dále hovoří o poklesu v posledních dvou letech jako o výjimce, jelikož do roku 2008 byl objem domácí produkce květin dvanáct let po sobě rostoucí, do roku 2002 meziročně až o 15 %, což potvrzují i tabulky v Příloze 2 komentované výše. Tato čísla však vypovídají, podobně jako MZe ČR, o celkové produkci květin, zahrnují tedy školkařství a hrnkové okrasné květiny. Stejně trendy komentuje i Klečková (2010), která označuje za příčinu konstantního růstu odvětví do roku 2008 především zvyšování intenzity výroby. Podle autorky lze do budoucna v souladu s možnostmi udržení konkurenceschopnosti českého květinářství předpokládat trend odklonu pěstitelů od řezaných květin ve prospěch hrnkových a záhonových. [26]

Rovněž místopředseda květinářské sekce Svazu květinářů a floristů, Ing. Petr Nachlinger, potvrdil, že poprvé od roku 1994 došlo (v roce 2009) k poklesu produkce květin o 0,2 % na 1,797 milionu Kč. [39]

Samotné květinářství je spojeno s pěstováním květin na krytých plochách, především pak ve sklenících. Skleníková produkce je nejintenzivnějším odvětvím zemědělské výroby, jejíž výnosnost přesahuje stonásobek úrovně běžného zemědělského hospodaření. Zároveň je tento typ produkce limitujícím faktorem pro konkurenceschopnost českého květinářství, proto je nutno tuzemskou skleníkovou základnu spolu s používanými technologiemi modernizovat a přizpůsobovat se tak stálým konkurenčním tlakům. Toto se daří v poslední době částečně naplňovat díky programu rozvoje venkova. [26]

Piková (2010) však dále uvádí: „Podle výsledků 6. kola stát rozdělil 730 mil. Kč pro rostlinnou i živočišnou výrobu. Zhruba 1/3 získala výroba rostlinná, z níž okrasní zahradníci ukrojili 24 mil. Kč. V současné době probíhá příjem žádostí devátého kola. Nastavení preferenčních kritérií květinářům stále moc nepřeje.“ Je tedy otázkou, zda bude české květinářství schopno své kapacity modernizovat dostatečným tempem a zachovávat si tak pozici v sílící evropské konkurenci. [39]

Zahraniční obchod

Podle Klečkové (2010) a výše uvedených číselných údajů je bilance ZO květinářských produktů stále pasivní, avšak je pozorován stoupající trend exportu českých výpěstků jak pokojových a venkovních, tak i řezaných květin. Celková hodnota dovozu se v roce 2008 meziročně zvýšila o 10,5 % a ve sledovaných letech 2003 – 2008 vzrostl dovoz o 41,5 %, což potvrzuje odhad, že trh v ČR je stále ještě nenasyčen. Co se týče dovozu řezaných květin do ČR, v roce 2008 bylo největším dodavatelem Nizozemsko s 75,4 % podílem, což však neukazuje na primární původ květin. Na druhém místě byla Kolumbie³ s podílem 5,7 %, kde lze již hovořit o tom, že toto množství květin z dané země opravdu pochází. [26]

Co se týče celého odvětví květinářství a salda zahraničního obchodu ČR v roce 2009, byly dle tiskové zprávy E15 ze 14.1.2011 do ČR dovezeny květiny v hodnotě 2,32 miliardy Kč, část z nich poté putovala například na Slovensko. V témže roce činil tuzemský vývoz květin 161 milionů Kč, avšak zde je nutno zohlednit reexport a nezaměňovat vývoz s domácí produkcí. [28]

V téže zprávě uvádí dále tajemnice Svazu květinářů a floristů: „*do popředí se (v ČR) stále více dostává skupina záhonových a balkónových rostlin. Produkce řezaných květin v České republice je naopak zanedbatelná. Důvodem je náročnost jejich pěstování, tedy neschopnost konkurovat levnému dovozu ze zahraničí. Většina dovozu je uskutečňována nadále z Nizozemska. Stále častěji je ale zboží dováženo přímo z pěstitelských zemí, jako například Kolumbie, Ekvádoru a Kení*“ (Pudová in Kútner, Portál E15, zveřejněno 15.1.2011).

Zpráva tak potvrzuje, že do ČR se dováží výrazně větší objem produkce řezaných květin než jsou schopni tuzemští pěstitelé vyrobit a že produkce řezaných květin je záležitostí dovozu z rozvojových zemí. Objevuje se ale i nový trend – dovoz řezaných květin přímo z producentů zemí namísto zprostředkovaného dovozu přes nizozemské burzy, nesoucí potenciál pro změny v tržních pochodech daného odvětví. Producentům se naskýtá šance více ovlivnit ceny a nepřímo tak i podmínky pěstování řezaných květin díky kratšímu řetězci mezi producenty a spotřebiteli.

³ Právě Kolumbie v roce 2010 ke dni sv. Valentýna exportovala 500 milionů květin, převážně růží, a to do USA, Kanady a některých evropských zemí včetně ČR. Aby mohla země takové množství květin vyprodukovat, zaměstnává v květinovém průmyslu přes 200 000 Kolumbijsců (přímo i nepřímo). Export na sv. Valentýna přináší kolumbijskému květinovému průmyslu přibližně 12 % ročního prodeje (AIPH News, 2010). [20]

3.2.2 Vývoj cen a spotřeba řezaných květin v ČR

Vývoj cen a spotřeby květin na tuzemském trhu byl nastíněn v předchozí kapitole. Pro dokreslení cenového vývoje vycházíme kromě výše uvedeného z následujících tabulek 11 a 12, které sumarizují průměrné roční spotřebitelské ceny vybraných druhů květin v časovém období 7 let a průměrné spotřebitelské ceny vybraných druhů květin v průběhu roku:

Tab. 11: Vývoj průměrných ročních spotřebitelských cen vybraných květin v Kč, 2001 – 2008

| Průměrné roční spotřebitelské ceny vybraných druhů květin v ČR (Kč/ks) | | | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Název | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Karafiát velkokvětý řezaný | 16,65 | 17,06 | 17,19 | 17,24 | 17,52 | 17,72 | 17,54 | 18,02 |
| Růže velkokvětá řezaná | 41,47 | 41,68 | 42,22 | 42,56 | 42,79 | 44,23 | 44,80 | 46,78 |
| Gerbera velkokvětá řezaná | - | 29,08 | 31,96 | 32,83 | 33,63 | 34,70 | 35,19 | 35,62 |
| Chryzantéma řezaná | - | 30,76 | 34,79 | 34,39 | 35,65 | 35,91 | 36,62 | 36,15 |
| Saintpaulia (africká fialka) | 54,96 | 53,44 | 51,80 | 53,31 | 56,16 | 58,50 | 57,09 | 59,02 |

Pramen: ČSÚ

Tab. 12: Vývoj průměrných spotřebitelských cen vybraných květin v průběhu roku v Kč, hodnoceno pro jednotlivé měsíce ve srovnávacích letech 2006 - 2008

| Průměrné spotřebitelské ceny vybraných druhů květin v ČR (Kč/ks) | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------|--------------|--------------|---------------------------|--------------|--------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------------|--------------|--------------|-------------------------------|--------------|--------------|
| Měsíc | Růže velkokvětá řezaná | | | Gerbera velkokvětá řezaná | | | Karafiát velkokvětý řezaný | | | Chryzantéma řezaná | | | Saintpaulia (hrnková květina) | | |
| | 2006 | 2007 | 2008 | 2006 | 2007 | 2008 | 2006 | 2007 | 2008 | 2006 | 2007 | 2008 | 2006 | 2007 | 2008 |
| I | 45,13 | 45,50 | 46,75 | 36,93 | 37,47 | 38,34 | 17,79 | 17,48 | 17,92 | 37,46 | 38,30 | 37,57 | 57,31 | 55,85 | 57,41 |
| II | 48,42 | 47,86 | 50,14 | 38,71 | 38,41 | 39,63 | 17,83 | 17,48 | 18,08 | 38,34 | 39,91 | 40,36 | 57,81 | 57,43 | 58,20 |
| III | 47,65 | 48,52 | 48,69 | 38,23 | 37,60 | 38,69 | 18,14 | 17,40 | 18,28 | 39,22 | 40,17 | 40,58 | 59,23 | 59,87 | 63,18 |
| IV | 44,04 | 44,20 | 47,26 | 33,39 | 34,53 | 35,51 | 17,98 | 17,70 | 18,10 | 37,46 | 38,95 | 38,32 | 57,56 | 58,13 | 61,37 |
| V | 44,45 | 43,93 | 47,29 | 33,91 | 33,80 | 34,59 | 17,94 | 17,72 | 18,03 | 36,27 | 36,88 | 35,97 | 59,72 | 58,02 | 62,80 |
| VI | 45,60 | 42,87 | 45,34 | 34,68 | 33,42 | 33,20 | 17,82 | 17,59 | 17,86 | 35,91 | 35,05 | 34,58 | 61,09 | 57,04 | 60,54 |
| VII | 42,05 | 43,19 | 44,46 | 32,47 | 33,57 | 32,47 | 17,76 | 17,56 | 17,89 | 34,73 | 34,28 | 33,25 | 60,24 | 57,38 | 60,37 |
| VIII | 40,10 | 42,51 | 43,93 | 30,91 | 32,72 | 33,25 | 17,26 | 17,66 | 17,90 | 33,09 | 34,25 | 32,87 | 59,20 | 57,75 | 56,58 |
| IX | 42,17 | 43,73 | 45,94 | 33,64 | 32,79 | 33,80 | 17,39 | 17,41 | 18,01 | 33,69 | 34,11 | 34,12 | 59,72 | 56,52 | 56,43 |
| X | 43,09 | 44,53 | 46,82 | 33,64 | 34,64 | 35,47 | 17,51 | 17,43 | 18,05 | 33,70 | 34,54 | 34,74 | 57,91 | 54,76 | 57,18 |
| XI | 43,44 | 45,17 | 46,83 | 34,33 | 36,19 | 35,92 | 17,67 | 17,48 | 18,07 | 35,63 | 36,55 | 35,34 | 56,43 | 55,67 | 55,66 |
| XII | 44,64 | 45,6 | 47,93 | 35,60 | 37,21 | 36,63 | 17,59 | 17,60 | 18,10 | 35,46 | 36,42 | 36,14 | 55,77 | 56,67 | 58,50 |
| Průměr | 44,23 | 44,80 | 46,78 | 34,70 | 35,19 | 35,62 | 17,72 | 17,54 | 18,02 | 35,91 | 36,62 | 36,15 | 58,50 | 57,09 | 59,02 |

Pramen: ČSÚ

Z těchto podkladů lze vyvodit následující závěry o vývoji cen a spotřebě květin:

1. Spotřeba květin ve spotřebitelských cenách v Kč na osobu a rok je ve sledovaných letech 1998 – 2008 rostoucí s výjimkami zmíněných výkyvů jako byly záplavy v roce 2002 a změny sazeb DPH. Nevyšší meziroční přírůstek byl zaznamenán v roce 1999 (+18 %), dále v roce 2001 (+11 %) a v letech 2002 a 2004 (+10 %). Po očištění vlivu snížení DPH v roce 2000 by i tento rok vykazoval vysoký růst, vypočtený cca na 13 %
2. Snížení DPH z 19 % na 5 % k 15.7.2006 způsobilo meziroční pokles spotřeby květin v roce 2006 o 1,8 %, naopak změna sazby DPH z 5 % na 9 % od 1.1.2008 přinesla meziroční nárůst spotřeby květin o 6,76 % v roce 2008
3. Průměrné roční spotřebitelské ceny u pěti nejčastěji kupovaných řezaných květin v letech 2001 – 2008 vykazují konstantní růst s drobnými výjimkami. Cena chryzantémy řezané meziročně poklesla o 1,15 % v roce 2004, africká fialka poklesla meziročně o 3 % v roce 2003. Ve sledovaném období vzrostly ceny sledovaných květin následovně:
 - **Karafiát velkokvětý řezaný** + 8,2 %
 - **Růže velkokvětá řezaná** + 12,8 %
 - **Gerbera velkokvětá řezaná** + 22,5 % (období 2002 – 2008)
 - **Chryzantéma řezaná** + 17,5 % (období 2002 – 2008)
 - **Saintpaulia – africká fialka** + 7,4 %
4. U stejných pěti řezaných květin byl sledován roční vývoj spotřebitelských cen v Kč/ks v jednotlivých měsících let 2006, 2007 a 2008. Jednotlivé květiny vykazují následující trendy:
 - **Karafiát velkokvětý řezaný** nejvyšší ceny byly v jednotlivých letech dosahovány v III/2006, V/2007 a III/2008, nejnižší naopak VIII/2006, III/2007 a VIII/2008, pohyb cen byl od 17,26 Kč do 18,28 Kč
 - **Růže velkokvětá řezaná** nejvyšší ceny byly v jednotlivých letech dosahovány v II/2006, III/2007 a II/2008, nejnižší naopak VIII/2006, VIII/2007 a VIII/2008, pohyb cen byl od 40,10 Kč do 50,14 Kč
 - **Gerbera velkokvětá řezaná** nejvyšší ceny byly v jednotlivých letech dosahovány v II/2006, II/2007 a II/2008, nejnižší naopak VIII/2006, VIII/2007 a VII/2008, pohyb cen byl od 30,91 Kč do 39,63 Kč

- **Chryzantéma řezaná** nejvyšší ceny byly v jednotlivých letech dosahovány v III/2006, III/2007 a III/2008, nejnižší naopak VIII/2006, IX/2007 a VIII/2008, pohyb cen byl od 33,09 Kč do 40,58 Kč
- **Saintpaulia – africká fialka** nejvyšší ceny byly v jednotlivých letech dosahovány v VI/2006, III/2007 a III/2008, nejnižší naopak XII/2006, X/2007 a XI/2008, pohyb cen byl od 54,76 Kč do 63,18 Kč

Hodnocené informace ukazují, že nejžádanější květinou v období února vzhledem k nasazení vyšších cen je tradiční růže a gerbera. Tyto dvě květiny vykazují i nejvyšší fluktuaci cen během roku. První čtyři uvedené květiny vykazují nejnižší ceny v letních měsících, netradiční africká fialka až kolem měsíce října. Obecně jsou ceny sledovaných květin nejvyšší v únoru a březnu.

Podle Klečkové (2010) se tempo růstu cen sledovaných řezaných květin od roku 2002 zpomalilo. Potvrzuje, že ceny květin jsou vyšší v zimních měsících, což kromě samotné poptávky souvisí s vyššími náklady na jejich pěstování v tomto období. Autorka potvrzuje, že u karafiátů nebo orchidejí jsou ceny v průběhu roku dosti stálé a naopak růže a gerbery vykazují výrazné odchylky. Variabilita spotřebitelských cen v jednotlivých měsících je určována jak druhem květin, tak jejich původem, ročním obdobím apod., přičemž ceny dovážených květin se odvíjí od cen na burzách (viz *The Aalsmeer Flower Index*, str. 13) a zvyšují se v období svátků jako je Valentýn, Den matek či Velikonoce (více v kapitole 5.3.2 – Průzkum prodeje a nákupu řezaných květin mezi pražskými maloobchodními prodejci květin). [26]

Spotřeba a poptávka

Jak bylo naznačeno ve výše popsanych trendech, spotřeba květin značně kolísá v průběhu roku a závisí především na zvyklostech obyvatel. Spotřebitelé tedy nakupují především v období svátků a to především tradiční, oblíbené květiny.

Podle P. Nachlingera z SKF dosáhla celková spotřeba květin v roce 2009 k 8,7 miliard Kč v maloobchodních cenách, což představuje 872,- Kč na obyvatele. To je zvýšení o 0,4 % oproti roku 2008. [39]

Pokud se zaměříme na změnu DPH v roce 2006, je nutno podotknout, že se pokles spotřeby květin projevil ve finančním hodnocení, avšak fyzická spotřeba květin i v tomto roce vzrostla v souladu s trendem od roku 2001.

Co se týče budoucích let, předpokládá se nadále rostoucí trend spotřeby květin v ČR, který vyplývá z dlouhodobého hodnocení vývoje spotřeby květin v zemích východního bloku. Obyvatelé disponují vyšším zájmem i kupní silou a květiny vnímají nejen jako dárek či dekoraci, ale jako příjemnou součást životního prostředí. Toto se však týká řezaných i hrnkových květin společně. Co se týče řezaných květin, lze na základě současného vývoje předpokládat mírný pokles jejich spotřeby na úkor trvalejších květin hrnkových. Rok 2008 byl prvním, kdy spotřeba hrnkových květin předstihla spotřebu řezaných, a to o 0,1 %. [26]

Přestože lze tedy předpokládat spíše nárůst spotřeby hrnkových květin, poskytujících spotřebiteli trvalejší potěšení, řezané květiny i nadále zůstanou velmi žádaným zbožím především v období typických svátků.

3.3 Nejzávažnější problémy současného květinového průmyslu

Jak je zřejmé z hodnocení současného květinového průmyslu ve světě, přesun produkce především řezaných květin do rozvojových zemí plyne z lepších klimatických podmínek a rovněž z nižších výrobních nákladů (levnější pracovní síla), které vedou k lepší konkurenceschopnosti takto produkovaných květin na světovém trhu v průběhu celého roku.

Bohužel tržní mechanismy zde platí dvojnásob. Pokud má někdo na mezinárodní směně vydělat, což je v tomto případě evropský obchodník, resp. spotřebitel nakupující květiny pestrého sortimentu za co nejnižší cenu, musí na to někdo na druhém konci řetězce doplatit. Tím je producent, resp. zaměstnanec květinové farmy, který dostává mnohdy menší než minimální mzdu, nemá zaručeny základní pracovní podmínky, o zdravotní a sociální péči nemluvě. Nehledě na to, že velkoobjemový transport řezaných květin letadly na tisíce kilometrů i samotná produkce rostlin s hojným využíváním chemikálií postihuje ve velké míře životní prostředí a má tak kromě sociálního rozměru i negativní dopady environmentální.

V souvislosti s problémy současného květinového průmyslu publikovala Bosničová (2009) rozhovor s dvěma ženami ze Zimbabwe, dělnic z květinové farmy a zástupkyní neziskové organizace Kunzwana. Tyto dvě ženy navštívily v únoru 2010 ČR pod záštitou Ekumenické akademie Praha v rámci projektu Fair Flowers za cílem obeznámení české veřejnosti o podmínkách života a produkce řezaných květin na zimbabwských komerčních farmách. Následuje vyjádření zimbabwských žen:

„Průmysl s řezanými květy je pro Zimbabwe velmi důležitý, protože do země přivádí zahraniční měnu, kterou potřebujeme na zlepšení životní úrovně a sociálního blahobytu obyvatelstva. Také zaměstnává spoustu lidí, z nichž velké množství – až 75% – představují ženy. Vzhledem k takto vysokému zastoupení žen v tomto sektoru, dává smysl mluvit o významu květinových farem pro zimbabwskou společnost i z hlediska širšího celosvětového trendu ekonomického posílení (tzv. empowermentu) ženské populace. Pracovní podmínky nejsou až tak špatné, problematické jsou spíše životní podmínky. Umístění dělnických ubytoven není právě nejšťastnější – nacházejí se v izolovaných oblastech s velkou vzdáleností od základních škol a zdravotnických zařízení. Jejich infrastruktura navíc není dostatečně vybudována a materiál, ze kterého jsou postaveny, je velmi levný a životu nebezpečný. Navíc jsou ubytovny výrazně přeplněny. Dělnice jsou nuceny při práci přenášet těžká břemena a často pracují se zdraví škodlivými chemikáliemi bez ochranných pomůcek. Ženy v tomto průmyslu zastávají téměř výhradně ty nejnižší pozice, vydělávají strašně málo (průměr je cca 46 USD měsíčně plus 20 kg kukuřičné mouky), což pak vede i k tomu, že nemají finance na zajištění kvalitní stravy. Situace cizinců a cizinek z okolních států, kterých je mezi zaměstnanci a zaměstnankyněmi zimbabwských květinových farem velké množství, je ještě těžší, protože často nedisponují ani základními dokumenty, jako jsou pasy nebo rodné listy dětí. Po příchodu domů z farmy mají dělnice ještě na starost péči o děti, zabezpečení vody, palivového dříví a zajištění jiných domácích prací. Vše vázané s domácností a péčí o děti dělají v Zimbabwe ženy. Snažíme se teď otevřít v naší společnosti veřejnou debatu o potřebě většího zapojení mužů do domácích aktivit, o nutnosti rovnoměrnějšího rozdělení domácích prací a péče o děti mezi oba partnery. Ženám v Zimbabwe se nedaří kariérní růst ne proto, že by nebyly inteligentní, ale proto, že jim nezůstává čas na studium a rozvoj a tak oproti mužům zůstávají i jinak pozadu.“ (Mahlunge in Bosničová, Feminismus.cz, zveřejněno 31.3.2010).

Jak uvádí server Gender & Trade, jenž se zabývá problematikou květinové produkce v Keni, na prosazování některých změn pro řešení problémů je současně tlačeno. *„V posledních deseti letech jsou afričtí zaměstnavatelé v květinovém průmyslu pod vzrůstajícím tlakem na přijetí kodexů týkajících se pracovních podmínek za strany supermarketů, dovozců, vývozců a obchodních sdružení. Ženy, tvořící většinu zaměstnaných v tomto průmyslu, jsou rovněž nejčastěji zaměstnávány na dočasných a nejistých místech.“* Stejný zdroj dále uvádí: *„V Keni je květinový*

průmysl nejrychleji rostoucím sektorem ekonomiky, toto je spojeno především s vývozem řezaných květin na evropské trhy. 75 % zaměstnaných v tomto odvětví jsou ženy a více než 65 % všech zaměstnanců je zaměstnáno dočasně, sezónně nebo příležitostně. Mnoho z nich je zaměstnavateli nuceno obnovovat každý rok smlouvy na dobu určitou, přestože dle zákona je zaměstnavatel po 8 měsících povinen uzavřít trvalý pracovní poměr. Ženy jsou záměrně ohodnoceny za těžkou práci méně, jelikož společnost jim přisuzuje zaměstnání pouze jako doplňkovou činnost k péči o domácnost.“ (Anon., Gender & Trade, 2011).

Podle stejného zdroje jsou v Keni nejvíce rozšířeny programy Milieu Programma Sierteelt a Kenya Flower Council – podrobněji v kapitolách 4.2.1 a 4.2.2. Rozšiřuje se také program FLP (kapitola 4.1). Přestože programy přináší určité zlepšení v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví, především ženy stále trpí obavami o svá pracovní místa a příjmy. Pouze 22 % pracovníků má o existenci kodexů povědomí a jen část z těchto dále tuší, že se týkají jejich práv. Pouze 31 % nestálých pracovníků má podepsanou písemnou smlouvu. Úskalím krátkodobých pracovních smluv je také povinnost zaměstnanců pracovat přesčas jako podmínka pro výkon zaměstnání, nemožnost prodloužení smlouvy z důvodu těhotenství apod. Nestálí zaměstnanci častěji čelí fyzickému i psychickému zneužívání, propouštění bez důvodu atp. Vzhledem k nemožnosti jiných alternativ však zaměstnanci i na tyto podmínky přistupují. [17]

Podle Ekologického institutu Veronica (2011) jsou negativní dopady květinového průmyslu očividné a kopírují osudy oděvního či spotřebního odvětví. Problém zhoršuje fakt, že největšími vlastníky květinových farem v rozvojových zemích nejsou místní zemědělci, ale nadnárodní společnosti. Negativní důsledky ve vztahu k sociálním či environmentální následkům je příliš nezajímají, stejně jako stabilita regionu jejich momentálního působení. Právě ztráta odpovědnosti vede k porušování mezinárodních pracovních standardů. [29]

Významným dokumentem dokládajícím negativní dopady využívá pesticidů na pracovníky květinového průmyslu v Ugandě dokládá dokument odborové organizace Uganda Worker's Education Association (UWEA, červen 2010). Mezi jeho závěry patří tato fakta: Všichni zaměstnanci květinových farem jsou vystaveni pesticidům a především postřikovači jim jsou vystaveni velmi nebezpečně. Členové komunit v blízkosti farem jsou vystaveni riziku pesticidů také, a to jak skrz členy rodiny pracující na farmách, tak skrz potraviny produkované v jejich okolí. Použití a údržba

pracovních ochranných pomůcek je nedostačující, pracovníci a komunity v blízkosti farem potřebují být vzdělávání v oblasti správného používání chemikálií a pracovních ochranných pomůcek. [44]

Stejná odborová organizace rovněž publikovala dokument shrnující prohlášení zaměstnanců květinových farem týkající se negativních dopadů pesticidů na jejich zdraví. Mezi výpověďmi pracovníků byly nejčastěji zmiňovány nejen samotné zdravotní problémy (poškození kůže, sliznic, problémy s dýcháním, zažíváním, nevolnost, bolest hlavy, potraty až úmrtí), tak i příčiny k nim vedoucí. Na sklenících nejsou umístována označení pro dodržování ochranných lhůt, nejsou dostatečně používány ochranné pomůcky, zaměstnanci nemají přístup k mýdlu a teplé vodě pro umytí se před konzumací jídla, své pracovní oděvy jsou nuceni prát doma spolu s běžným oblečením svým i ostatních členů rodiny. Velmi problematický je i vliv pesticidů na sexuální zdraví pracovníků. Ti jsou často jak vlivem únavy, tak i vlastního fyziologického poškození neschopni vést normální osobní život. [45]

Výše zmíněné příklady problémů spojené s fenoménem přesunu produkce květin do rozvojových zemí v uplynulých dvaceti letech lze pro přehlednost v souhrnu rozdělit do několika základních skupin, přestože jednotlivé problémy jsou vzájemně provázané a ovlivňují se. Definovanými skupinami problémů jsou tak ve shrnutí:

Problémy ekonomické a sociální

Tato skupina zahrnuje především problémy velmi špatné životní úrovně spojené s častým nedosahováním základních mezd zaměstnanců a špatných životních podmínek pracovníků květinového průmyslu. Především ženy jsou za svou práci nedostatečně hodnoceny, přičemž argumentem pro tento jev je označení zaměstnání žen jakou pouhé doplňkové činnosti k péči o domácnost a rodinu.

Problémy hygienické a zdravotní (fyziologické)

Tato skupina zahrnuje problémy spojené s nedostatečným používáním ochranných pomůcek a nedodržováním bezpečnostních předpisů, které vedou k poškození zdraví zaměstnanců. Konkrétně sem patří nedostatek ochranných pomůcek z důvodu nedostatku finančních prostředků či neochoty ze stran majitelů farem tyto prostředky vynaložit, dále nedodržování předpisů při práci s pesticidy způsobené většinou snahou majitelů farem urychlit produkční proces a rychleji prodat

produkcí, s tím je spojena i nucená práce v ochranné lhůtě. Tyto faktory vedou jak ke zdravotním komplikacím (kožní a zažívací problémy), tak následně k celkovému zhoršení osobního a reprodukčního života pracovníků.

Psychologicko-sociální problémy spojené s diskriminací žen

Tato skupina zahrnuje především problém zaměstnávání žen na květinových farmách na fyzicky nejnáročnějších pozicích, přičemž v managementu jsou zaměstnáváni muži. Dále sem spadá problém sexuálního obtěžování žen a často vydírání s pohrůzkou ztráty zaměstnání. Ženy jsou rovněž prací vyčerpány a nemají možnost se plně věnovat své rodině nebo kariéernímu postupu. V této souvislosti je potřebná změna chápání postavení žen a mužů, avšak kvůli zažitým stereotypům je prosazování těchto změn pomalé a obtížné, mnohdy zatím téměř nemožné.

Dopady produkce řezaných květin na životní prostředí

Zde je nutno podotknout, že většina květinových farem se nachází v blízkosti vodních zdrojů a ty bývají chemikáliemi znečišťovány v první řadě. Následně se ale produkce květin dotýká celých ekosystémů. Druhým zásadním problémem v této oblasti je pak využívání přírodních zdrojů, tedy především vody. Plýtvání vodou např. z afrických jezer zhoršuje místním lidem kvalitu života, jelikož ubývá pitné vody pro přímé použití i produkci potravin. Bohužel, květiny odolné škůdcům a chorobám a schopné být přepravovány a skladovány po dlouhou dobu není možné bez chemikálií produkovat. Avšak produkci je možno zajistit i při dodržování bezpečnosti práce, manipulace s chemikáliemi a zákazu nejagresivnějších látek, při správné likvidaci atp. V tomto případě pak produkce řezaných květin nebude zdaleka takovým ekologickým problémem, jako to nyní v mnoha případech bývá. V souvislosti s dopady na životní prostředí nelze opomenout ani fakt neekologického transportu řezaných květin letadly na tisícikilometrové vzdálenosti.

Začarovaný kruh chudoby

V této souvislosti lze považovat přesun produkce řezaných květin do rozvojových zemí v 90. letech 20. století za jednu z příčin rostoucí chudoby rozvojových zemí. Přestože rozvojové země dostaly na vybudování potřebného zázemí pro produkci květin zdánlivě výhodné půjčky, první překážkou byla jejich neschopnost je efektivně splácet. Navíc byly výrobní zdroje (půda, voda, pracovní

síla) alokovány do komodit určených k vývozu, čímž si země samy znemožnily být soběstačné alespoň v produkci základních potravin. Globální mechanismy tlačí ceny vykupovaných květin stále dolů a výnosnost farem je tak buď pro jejich majitele nižší, nebo v častějším případě se nižší výkupní ceny odrazí na zaměstnancích. Ti tak mají ze stále menších příjmů pouze malou možnost uspokojovat své životní potřeby.

Řešením problémů každopádně není bojkot nákupu řezaných květin pocházejících z rozvojových zemí – v tom případě by se celá situace pouze zhoršila, místní lidé by ztratili i tento zdroj obživy a ekonomiky některých květinářských rozvojových zemí by se téměř zhroutily. Řešením jsou postupné, komplexní změny v celém květinovém průmyslu, od producentů až po konečné spotřebitele. Šířením povědomí o daných problémech a tlakem na vyvolání poptávky po únosné květinové produkci bude možné při vzájemné spolupráci řetězce od spotřebitelů až po provozovatele farem prosazení trvalých změn vedoucích k lepší udržitelnosti.

4. Možné alternativní přístupy

Jak je patrné ze zhodnocení současné situace květinového průmyslu ve světě a problémů, které s sebou přináší, změna v celém odvětví je prakticky nevyhnutelná. Tedy nevyhnutelná z pohledu toho, komu není lhostejná budoucnost nejen samotných producentů, tedy obyvatel chudého globálního Jihu, ale také budoucnost celé planety, potažmo lidstva. Současný stav květinového průmyslu je jak v rozporu s lidskými právy, tak s trvale udržitelným využíváním přírodních zdrojů.

Samozřejmě podle mnohých fungují globální tržní mechanismy dokonale a není třeba měnit to, co doposud funguje. Obyvatelé Evropy či Spojených států disponují rostoucí kupní silou, naopak ceny květin se pro ně díky snižování nákladů na jejich produkci pozitivně snižují. Takový spotřebitel si může dovolit kupovat řezané květiny stále častěji, když v supermarketu sežene v akci balení deseti růží za cenu kolem 30,- Kč. Navíc do pozadí květinového průmyslu nevidí a proto kupované řezané květiny chápe jen v pozitivním, potěšení přinášejícím smyslu.

Avšak jak se změní spotřebitelův pohled na věc, pokud prohlédne pozadí velkovýroby těchto krásných, něžných květů – bude stále slepě vyhledávat nejnižší cenu bez jakýchkoliv dalších aspektů? Předpokládejme, že přístup spotřebitelů se pomalu bude měnit, a to především z následujících důvodů:

1. Současná populace je stále vzdělanější a začíná více přemýšlet o tom, co koupí, jak naloží se svými prostředky. Šance spotřebitele ovlivnit vhodnými informacemi a logickými argumenty je vyšší než dříve
2. Květiny nejsou zbožím tak časté spotřeby jako například potraviny. Při výběru a nákupu vybírá spotřebitel pečlivěji a zvažuje konkrétní výhody více, než např. u pečiva, pokud neuvažujeme impulzivní nákupy na poslední chvíli
3. V současné době rostoucí popularity zdravého životního stylu, produkce a konzumace biopotravin, ochrany životního prostředí atp. budou mít na spotřebitele vliv primárně květiny s ekologickým rozměrem, což je dobrým základem pro vyvolání spotřebitelovy potřeby přemýšlet u nákupu květin a následně mu představit i sociální rozměr květinové produkce
4. Obliba supermarketů a hypermarketů, jež narostla v ČR v posledních deseti letech, sice přináší stále nižší ceny, avšak spotřebitelé disponující vyšším důchodem začínají upřednostňovat kvalitu před pouhou cenou. Právě certifikované květiny jsou zárukou vysoké kvality.

Environmentální rozměr jako základ

Jako základní kámen pro budoucí změny květinového průmyslu slouží zájem obyvatelstva o životní prostředí, ekologickou produkci (zatím převážně potravin) a související témata. Tento aspekt se objevuje i v souvislosti s květinovým průmyslem, kdy důkazem je pozitivní vyjádření mezinárodní asociace producentů rostlin k eko značkám (AIPH, 2004) a dále pak poslední ročník zahradnického veletrhu Horti Fair 2010. K environmentálním rozměrům produkce přibývá pomalu i rozměr etický a sociální, o čemž vypovídají zprávy jak ze zmíněného veletrhu Horti Fair, tak především z veletrhu BioFach a Vivaness 2010. [22, 43]

9. ročník mezinárodního odborného zahradnického veletrhu Horti Fair se zaměřil na udržitelný růst. Zvyšování cen energií a všech vstupních surovin donutilo zahradnické firmy k zaměření se na inovace v těchto oblastech. Piková dále k veletrhu uvádí: *„O tom, že pojem udržitelnosti získává v současné době hodně pozornosti, přesvědčil návštěvníky nově vzniklý pavilon Good & Green. Na ploše 150 m² představilo 16 vystavovatelů svá konkrétní řešení této problematiky. Mezi nimi figurovala mezinárodní značka rostlin Fair Flowers Fair Plants (FFP). Ta je udělena pouze těm společnostem, které produkují rostliny ve striktních ekologických podmínkách a které zároveň vybudují pro své zaměstnance příjemné pracovní prostředí. Společnost Floramedia představila knihu vysvětlující základní ekologické termíny a obraty. Další novinkou byl projekt zaměřený na ekonomickou dopravu rostlin“* (Piková, Zahrada web, zveřejněno 26.1.2009). Veletrh nejenže zdůrazňuje environmentální aspekt produkce květin, ale objevuje se zde i sociální rozměr v podobě značky FFP, které je věnována kapitola 4.1.5. Objevuje se zde i téma ekonomické dopravy rostlin, která je při přepravě řezaných květin v enormních objemech na velké vzdálenosti klíčová. [40]

Co se týče norimberského veletrhu Biofach, každoročně představuje především ekologické a organické produkty z řad potravin, kosmetiky, oděvů apod., přičemž květiny zde hrají také svou roli – setkat se lze s ekologicky pěstovanými bylinkami, čaji, výtažky z léčivých rostlin, kosmetikou s jejich obsahem apod. Přestože se veletrh přímo nedotýká klíčového tématu této práce (produkce řezaných květin v rozvojových zemích) a zaměření veletrhu, jak plyne z jeho názvu, je především na ekologický rozměr výroby, ročník 2010 přinesl navíc etický rozměr – projekt Organic + Fair jako téma roku 2010, které oprávněně přitáhlo velikou politickou a mediální pozornost. [43]

Tisková zpráva veletrhu BioFach dále uvádí: „*Stále více zákazníků se ve svém spotřebitelském chování řídí kvalitou a hodnotami. Biokvalita tvoří základ, spravedlivé podmínky výroby a obchodování jsou dalšími důležitými hledisky. Veletržní duo BioFach a Vivanness bylo zcela ve znamení zásady Organic + Fair. 51 vystavovatelů ze 14 zemí a kolem 100 prezentací výrobků odráželo téma roku v celé jeho rozmanitosti.*“ (Tisková zpráva BioFach 2010, Bio-info, 2010).

Pomalu ale jistě etický rozměr nakupování proniká do povědomí spotřebitelů, přestože v podání BioFachu zatím jen v oblastech potravin či kosmetiky. Chybí už jen malý krůček k tomu, aby principy pronikly i do samotného květinového průmyslu v rozměru pro spotřebitele dostatečně patrném. [43]

4.1 Fair trade, Flower Label Program a kampaň Fair Flowers

Pokud se zaměříme na dvě výše zmíněná hlediska produkce, tedy environmentální aspekty a udržitelnost i etický a sociální rozměr, systém spravedlivého obchodu neboli fair trade v sobě zahrnuje obojí. Etický rozměr se skrývá v lepších obchodních podmínkách pro producenty a ochraně jejich práv, environmentální rozměr plyne z lepších cen pro producenty za organické, ekologicky pěstované produkty. V následujících kapitolách jsou popsány jak vlastní principy spravedlivého obchodu, tak projekty zaměřené na certifikovanou produkci řezaných květin v Evropě a v ČR nejen pomocí fair trade, ale i v podobě certifikátu FLP.

4.1.1 Fair trade a značka Fairtrade

Fair trade jako systém spravedlivého obchodu je alternativou k běžnému volnému obchodu, nabízející spravedlivé podmínky pro všechny obchodní strany. Respektuje úmluvy Mezinárodní organizace práce, prosazuje zásady trvale udržitelného rozvoje a neprosazuje finanční zájmy prodejců a dovozců na úkor zaměstnanců a producentů. Výrobky obchodované v tomto systému pak nesou označení Fairtrade. Pro základní rozlišení pojmů fair trade a Fairtrade je použito definic tak, jak je uvádí Asociace pro fair trade ve své Výroční zprávě:

„Fair trade neboli spravedlivý obchod je obchodní partnerství založené na dialogu, respektu a transparentnosti, jehož cílem je dosažení větší spravedlnosti v mezinárodním obchodě. Přispívá k udržitelnému rozvoji tím, že nabízí lepší

obchodní podmínky a chrání práva marginalizovaných producentů a pracovníků zvláště v zemích globálního Jihu.

Fairtrade označuje certifikační systém FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) a všechny produkty, které nesou ochrannou známku Fairtrade®.“ (Výroční zpráva asociace pro Fair Trade, 2010). Následující obrázky 1 a 2 znázorňují loga, která jsou umístěna na Fair trade certifikovaných produktech v souladu s FLO:

Obr. 1: Současně známá loga produktů nesoucích značku Fairtrade dle FLO, zleva:
Fairtrade logo používané na celém světě mimo USA a Kanady do 21.1. 2011;
Fair Trade Certified logo používané pro produkty certifikované v USA, resp. V Kanadě;
Fairtrade černobílé logo používané na celém světě mimo USA a Kanady



Zdroj: Fairtrade Labelling Organizations International

Obr. 2: Nová loga produktů nesoucích značku Fairtrade dle FLO od 21.1. 2011



Zdroj: Fairtrade Labelling Organizations International

4.1.2 Fair trade ve světě, v Evropě a v ČR

Organizace hnutí fair trade ve světě

V globálním měřítku je systém spravedlivého obchodu organizován v pěti mezinárodních organizacích, kterými jsou podle DeCarla (2007) následující:

1. **IFAT = The International Fair Trade Association** (Mezinárodní asociace pro fair trade), globální síť fair trade organizací s členy ve více než 70 zemích. Členy jsou producenti, vývozci, dovozci a maloobchodníci věřící, že obchod může zlepšit životy marginalizovaných lidí bez poškozování přírodních zdrojů.

2. **EFTA = The European Fair Trade Association** (Evropská asociace pro fair trade), která je členem Mezinárodní asociace spolu se svými jedenácti členy v 9 evropských zemích, které jsou hlavními dovozci fair trade produktů. Jejím cílem je podporovat své členské organizace v jejich práci, koordinovat je a podporovat je ke vzájemné spolupráci.
3. **NEWS! = The Network of European World Shops** (Síť evropských specializovaných obchůdků fair trade) je zastřešujícím sdružením 15 národních asociací specializovaných fair trade obchůdků ve 13 evropských zemích, pokrývajících současně přes 2 500 obchůdků.
4. **FLO = The Fairtrade Labelling Organizations International** (Mezinárodní organizace pro značení Fairtrade) je světovým certifikačním orgánem stanovujícím standardy a pravidla. FLO zahrnuje dvě organizace, a to FLO e.V. která rozvíjí a ověřuje standardy a poskytuje producentům podporu a FLO certification GmbH, která zajišťuje že standardy jsou dodržovány. FLO rovněž poskytuje zaštitění pro 19 národních iniciativ v oblasti značení ve 23 zemích, 3 sdružení producentů a 2 asociované členy.
5. **FTF = The Fair Trade Federation** je mezinárodní fair trade sdružení se sídlem v USA. Jde o asociaci fair trade velkoobchodníků, maloobchodníků a producentů, jejíž členové jsou zavázáni dodržovat spravedlivé mzdy a dobré příležitosti k zaměstnání pro ekonomicky znevýhodněné výrobce rukodělných výrobků i farmáře po celém světě. [5]

Mezinárodní fair trade organizace v Evropě, FLO, IFAT, NEWS! a EFTA, pravidelně spolupracují pod společným označením FINE (akronym složený z prvních písmem zkratk organizací). V roce 2004 tyto organizace ustavily kancelář advokacie v Bruselu, jejímž úkolem je koordinace a propojování advokacie jednotlivých organizací na evropské a mezinárodní úrovni. [38]

Co se týče objemu produktů obchodovaných ve světě v systému fair trade, podle Výroční zprávy Asociace pro fair trade (2010) bylo v roce 2009 do systému certifikace Fairtrade zapojeno 1,5 milionu farmářů a pracovníků z 58 rozvojových zemí, sdružených v téměř 900 organizacích Fairtrade certifikovaných producentů. Z celého systému Fairtrade profituje celkem 8 milionů lidí. [14]

Důležitým aspektem systému je fakt, že sdružení farmáři a producenti nedostávají pouze vyšší garantované ceny za svou produkci, ale určitá částka

z garantované ceny plyne celému družstvu ve formě tzv. Fairtrade Premium. Tato částka je použita pro rozvoj celé komunity a je s ní nakládáno dle rozhodnutí členů družstva k nejrůznějším účelům, od nákupu mechanizace k obdělávání polí až po budování škol a zdravotnického zázemí.

V roce 2009 tvořila Fairtrade prémie v Africe v přepočtu 327,6 mil. Kč, v Asii 145,6 mil. Kč, v Latinské Americe 878,8 mil. Kč. Díky ní byly podpořeny projekty rozvoje produkce a zpracování (cca 35 %), rozvoj komunit (cca 24 %), vzdělávání (cca 10 %) a zdravotnictví (cca 10 %), podpora postavení žen, ochrana životního prostředí aj. [14]

Fair trade v Evropě

Co se týče systému fair trade v Evropě, poslední aktuální čísla publikovala EFTA ve své Výroční zprávě za rok 2007. Členové EFTA dosáhli do poloviny roku 2007 obratu přes 229 mil. €, největšími členy byly německá GEPA s 56,2 mil. €, italské CTM Altromercato s 43 mil. € a britský Traidcraft s 39 mil. €. Více než 50 % objemu prodeje je dosaženo v tradičních obchůdcích, ale na rostoucím významu nabývají supermarkety s 33 % podílem prodeje britského Traidcraft, 27 % německé GEPA a 24 % rakouské EZA. [6]

Většinu obratu fair trade produktů členů EFTA tvoří potraviny. Od poloviny roku 2006 do poloviny roku 2007 bylo u jedenácti členů EFTA sledováno procentní zastoupení obrátů z prodeje kávy, čerstvého ovoce, ostatních potravin, rukodělných výrobků, literatury, kosmetiky a ostatních. Káva představovala u 5 členů více než 21% prodeje, ostatní potraviny u 10 členů pak více než 38 % prodeje. Čerstvé ovoce bylo zastoupeno pouze u firmy Claro, a to 11,6 % z jejího celkového prodeje.

Řezané květiny, které jsou pro tuto práci klíčové, nebyly jako specifická kategorie uváděny, spadaly by tedy do kategorie ostatní, která představuje u všech členů 0 až 10 % z prodeje. Výroční zpráva EFTA za rok 2007 řezané květiny obecně vůbec nezmiňuje. Vidíme tedy, že komodita řezané květiny ještě v roce 2007 nehrála v evropském měřítku systému fair trade viditelnou roli. [6]

Fair trade v ČR

Co se týče systému fair trade v České republice, všechny hlavní subjekty jsou zaštitěny Asociací pro fair trade, vzniklou roku 2004. Ta je zájmovým sdružením právnických osob, které se zabývají praktickými i strukturálními otázkami rozvoje

spravedlivého obchodu v ČR. Jejím cílem je celkový rozvoj fair trade v ČR, a to zejména zvyšování obecného povědomí o fair trade, podpora dovozu, certifikace a prodeje fair trade výrobků, dohled nad správným užíváním značky Fairtrade® a budování kapacit v oblasti podpory a prodeje fair trade produktů.

Asociace má současně 7 členů, jimiž jsou Ekumenická akademie Praha o.s., Společnost pro fair trade, Obchůdek jednoho světa – jeden svět o.p.s., Fair Trade Centrum s.r.o., Exellent Plzeň s.r.o., Fairově s.r.o. a Mamacoffee s.r.o. [14]

Co se týče povědomí o fair trade a spotřeby produktů v ČR, tendence je stále rostoucí a trh nenasyčený. Podle Výroční zprávy Asociace pro fair trade se maloobchodní obrát z prodeje fair trade produktů v ČR zvýšil z 3 mil. Kč v roce 2005 na 50 mil. Kč v roce 2009, nejvyšší nárůst spotřeby byl zaznamenán v letech 2006 a 2007, současně se rostoucí trend zpomaluje.

V ČR je zatím k dostání pouze omezený sortiment fair trade výrobků ve srovnání s „fair trade velmocemi“ jako jsou Nizozemí či Německo. Češi a Češky nejvíce kupují kávu, čaj, čokoládu a cukrovinky, v menším množství rukodělné výrobky. Bohužel, například čerstvé ovoce v kvalitě fair trade zatím v ČR dostupné není. To platí i o řezaných květinách, jež jsou předmětem této práce. [14]

Jak uvádí Krier (2008), přestože prodejní místa fair trade produktů se nachází v 15 městech na území ČR, fair trade produkty nejsou stále běžně dostupné a spotřebitelé se musí spoléhat na pár specializovaných obchůdků a kaváren. Jako výsledek aktivit českých fair trade organizací přijala horní komora Parlamentu ČR – Senát – rozhodnutí nabízet vybrané fair trade produkty ve své kantýně od podzimu 2007. Rovněž některé české firmy, jako například tvůrce antivirového softwaru AVG Grisoft, přešly ke spotřebě fair trade produktů. [27]

4.1.3 Certifikované květiny – fair trade vs. FLP

Jak vyplývá z výše uvedených údajů týkajících se prodeje fair trade produktů, řezané květiny jako samostatná komodita v obecných statistikách dosud kvůli malému objemu prodeje nefigurují. Certifikované květiny jsou na trhu dostupné od roku 2004, avšak v ČR doposud ne. Podle Ardery (2008) byly od roku 2004 certifikovány značkou Fairtrade® květinové farmy v Kolumbii, v Ekvádoru, v Egyptě, v Etiopii, v Indii, v Keni, na Srí Lance, v Tanzánii a v Zimbabwe. [2]

Fair trade je dobrým řešením především u těch komodit, jejichž produkce je možná jen v rozvojových zemích, jako například káva či čaj – proto právě tyto zaujmají největší procento obrátu na trhu s fair trade produkty. Řezané květiny, především pak v zimních měsících, jsou podobným příkladem. Jejich produkce není například v Evropě v zimě téměř možná vzhledem k velmi vysokým nákladům.

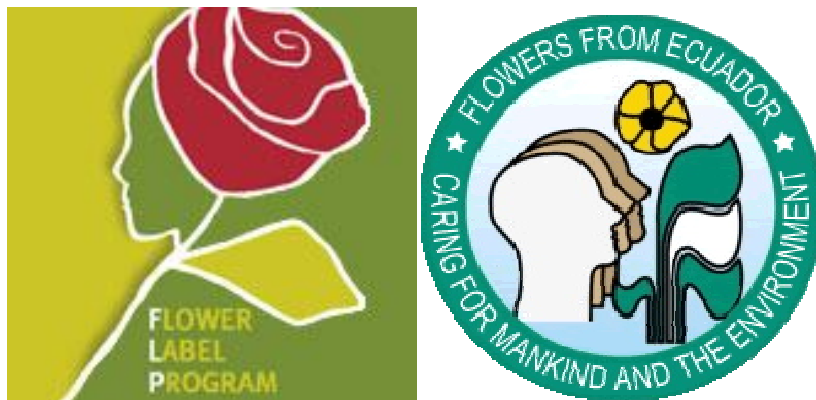
Jak uvádí Ardery (2008), mnoho lidí začíná současně přemýšlet nad svými nákupy čím dál více a zahrnují do nákupního chování jak etické, tak environmentální aspekty. Například z hlediska uhlíkové stopy někteří lidé fair trade řezané květiny odmítají, jelikož se dováží na veliké vzdálenosti a poškozují tak svou dopravou životní prostředí. Takový spotřebitel bude volit lokální produkci květin, avšak v zimě toto nebude možné. Pokud bude chtít čerstvé řezané květiny, budou muset pocházet z dovozu z rozvojových zemí. Díky fair trade certifikaci bude moci uvědomělý spotřebitel koupit květiny i v tomto období s ohledem na etické aspekty. Fair trade není univerzálním řešením na problémy globálního trhu, ale poskytuje alternativu tam, kde jiná možnost produkce než v rozvojových zemích v podstatě neexistuje. [2]

Co se týče certifikovaných květin označených známkou Fairtrade®, musí podobně jako všechny ostatní produkty splnit standardy a podmínky FLO. Setkat se lze buď s modrozelenou kulatou značkou Fairtrade®, která je u všech fair trade produktů v pozmeněných formách používána téměř po celém světě nebo s černobílou obdélníkovou značkou Fair Trade Certified™, která reprezentuje certifikované květiny v USA a bez dodatku Flowers rovněž reprezentuje všechny fair trade produkty v Kanadě. [9, 13]

Další možností a alternativou k fair trade je certifikace květin v programu FLP – Flower Label Program. Ten sice nespadá do kompetencí FLO a takto certifikované květiny nenesou ochrannou známku Fairtrade®, ale FLP reprezentuje stejně jako fair trade environmentální aspekty a sociální a pracovní podmínky zaměstnanců květinových farem. Jak uvádí Ecolabel Index (2010), Flower Label Program je asociací sdružující organizace pro lidská práva, odbory, obchodníky s květinami a producenty květin. Zaručuje sociálně a environmentálně zodpovědné podmínky ve světové produkci květin za použití dané certifikace. Producenti, kteří produkuje květiny v souladu s kritérii FLP standardů, mohou prodávat své květiny s tzv. „flower label“ – květinovou značkou, jenž reprezentuje přidanou hodnotu k produktu/květině. [7, 15].

Květiny certifikované FLP nesou jedno z následujících log:

Obr. 3: vlevo logo Flower Label Program umístované na certifikovaných květinách od r. 2006, vpravo původní logo Flower Label Program umístované na certifikovaných květinách dříve



Zdroj: Flower Label Program – fairflowers.de (flower-label-program.org)

Přestože FLP program nespadá pod kompetence FLO, je zmiňován v kapitole věnované tématu fair trade, jelikož společně s ochrannou známkou Fairtrade® tvoří základ evropského projektu Fair Flowers – květiny pro lidská práva (kapitola 4.1.6).

Přínosy certifikovaných květin

Jak systém fair trade, tak certifikace FLP přináší pozitivní změny v pracovních podmínkách zaměstnanců, dále rovnoprávnost žen, vyšší bezpečnost práce a ohled k životnímu prostředí a využívání přírodních zdrojů. Přínosy systému fair trade uvádí Litvinoff a Madeley (2007) a DeCarlo (2007):

- posilování práv žen a dívek
- bezpečné pracovní prostředí a zajištění zdravotní péče
- posilování lidských práv
- zákaz toxických pesticidů a správné používání těch povolených
- šetrnější přístup k životnímu prostředí
- snižování dluhů malých farmářů, výhodnější půjčky
- budování dlouhodobých dodavatelsko-odběratelských vztahů [5, 30]

Z dodržovaných standardů pro květiny nesoucí ochrannou známkou Fairtrade® dle FLO vyplývá záruka následujícího:

- vytvoření „*Joint Body*“ z pracovníků a managementu za účelem nakládání s Fairtrade premií, přičemž pracovníci mají při rozhodování právo veta

- použití Fairtrade prémie na rozvoj komunity, zlepšování pracovních podmínek
- nucená práce a práce dětí pod 15 let je zakázána a děti ve věku od 15 let nemohou vykonávat práci, pokud je v rozporu s jejich zdravím či vzděláváním
- pracovníci mají právo sdružování a kolektivní dohody, vytvoření a vstup do nezávislých odborů, volby poradců a zástupců, navrhování vlastních programů
- mzdy jsou rovné nebo vyšší než regionální průměr nebo minimální mzda
- jsou ustanovena zdravotní a bezpečnostní opatření
- detailní soupis bezpečnostních nařízení specifických pro produkci květin omezuje použití agrochemikálií a zakazuje používání zakázaných či nedovolených pesticidů [9, 16]

Jak uvádí Fairtrade Foundation FLO (2010), produkce certifikovaných květin má mimo sociálního rozměru velký přínos z environmentálního hlediska. Například certifikovaná farma Longonot u keňského jezera Naivasha využívá hydroponických technik, které výrazně snižují množství používané vody a voda je dále recyklována při produkci dalších plodin. Farma Finlay Flowers navíc disponuje přírodní čističkou použité vody, která se může bezpečně vracet zpátky do přírodního koloběhu. Farma Finlay Flowers testuje biologické metody boje se škůdci, které by snížily používání chemických pesticidů, farma Oserian používá pro vytápění skleníků geotermální energii. Environmentální rozměr certifikovaných květin je tedy zřejmý. [9, 16]

4.1.4 Fairtrade® a Fair Trade Certified™ Flowers

Fairtrade ®

Co se týče květin certifikovaných pomocí FLO-Cert GmbH, „*The Fairtrade Flowers and Plants standard applies to cut flowers, cut foliage, pot plants, bulbs and trees*“. (FLO, 2009). Certifikovány jsou tedy řezané květiny, řezaná zeleň, hrnkové rostliny, cibule a stromy, pěstované buď ve sklenících nebo na otevřených plantážích. Certifikovaní jsou producenti i obchodníci z celého světa, hojně zastoupeni především producenty z Keni, Zimbabwe a Ekvádoru a obchodníky převážně z Nizozemí, dále z Německa, Švýcarska a Rakouska.

Jak uvádí dále FLO, certifikace nabízí řešení problémů, kterým čelí pracovníci na květinových farmách. Faktem je, že Nizozemí představuje polovinu světového vývozu květin a rozvinuté země mají zároveň dohled nad většinou technologií a

výzkumů. Stále rostoucí množství řezaných květin je produkováno a vyváženo z rozvojových zemí jako je Keňa, Tanzanie, Kolumbie a Ekvádor. V těchto zemích je jistota zaměstnání v květinovém průmyslu často minimální, zaměstnancům jsou nabízeny krátkodobé pracovní smlouvy, vypláceny minimální mzdy a žádné benefity.

Odbory a nevládní organizace odsoudily špatné podmínky zaměstnanců na květinových farmách – průmysl je obviněn z toho, že pracovníkům vyplácí méně než 1 USD za 8 až 12-hodinovou směnu a poskytuje ubytování v přeplněných kapacitách (dle Keňské komise pro lidská práva). Pracovníci musí manipulovat s nebezpečnými chemikáliemi bez řádných ochranných pomůcek, přičemž jim hrozí riziko otravy.

Hlavním problémem zůstává skutečnost, že mnoho pracovníků není členy odborů, jelikož mnoho květinových společností aktivně vystupuje proti vzniku odborů. Většina Kolumbijců se obává, že vstupem do odborů by přišli o své zaměstnání. Certifikace známkou Fairtrade® umožňuje tyto problémy řešit a odstraňovat. [16]

Jak významný vliv nejen na životy producentů má certifikovaná květinová produkce se známkou Fairtrade® uvádí Fairtrade Foundation FLO (2010), která se dále věnuje keňskému květinovému průmyslu a třem certifikovaným producentům:

Keňa a květinový průmysl

Květinové farmy v Keni poskytují mnoho pracovních míst především tam, kde mnoho jiných alternativ k zaměstnání není (zaměstnávají přímo cca 55.000 lidí, převážně mladých žen) a jsou cenným zdrojem příjmů z exportu. Keňský květinový průmysl započal v 60. letech 20. století, avšak až v 90. letech se díky příchodům investic změnil v hlavního hráče na mezinárodním trhu. S ročním růstem 20 % a příjmy přes 250 mil. USD je v Keni hned po čaji druhým nejdůležitějším zemědělským odvětvím v mezinárodním obchodě. Keňa je 5. největším vývozcem květin na světě, 30 % exportu plyne do Velké Británie, 25 % do EU. V Keni existuje přibližně 5.000 farem produkujících řezané květiny, avšak 75 % exportu je zajištěno pouze 25 největšími květinářskými firmami.

Fairtrade certifikace na farmách zajišťuje zaměstnancům slušné platy a pracovní podmínky v souladu s ILO, které zahrnují právo vstoupit do odborů, právo vyjednávat kolektivně se zaměstnavatelem podmínky zaměstnání, zákaz diskriminace, zákaz dětské práce a bezpečné a zdravé pracovní prostředí. Farmy vyjednávají cenu produkce s vývozci, kteří nakupují květiny pro Fairtrade trh. Tato cena zahrnuje Fairtrade prémii rovnou 10 % z vyjednané ceny, která je následně

použita na projekty rozvoje komunity a jejich členů, rozhodnutí o jejím využití jsou v rukou tzv. *Joint Body*, tvořeného volenými pracovníky a členy managementu.

Fairtrade květiny byly prvně prodávány ve Velké Británii v březnu 2004. Sortiment Fairtrade květin nyní zahrnuje 75 licencovaných produktů, tedy mnohem více než jen růže. Přesto Fairtrade certifikované farmy současně prodávají jen maximálně 20 % své produkce na Fairtrade trhu. Fairtrade trh má stále velký potenciál k expanzi a jedině díky jeho rozvoji mohou být zajištěny dobré podmínky pracovníkům na květinových farmách a jejich komunitám. [16]

Finlay Flowers

Tato společnost je součástí globální čajové a květinářské společnosti Finlay působící v hlavní oblasti pěstování čaje v Keni. Zahrnuje 4 Fairtrade květinové farmy ve výšce kolem 2 000 m n.m. s klimatem a srážkami výbornými pro zemědělství.

Joint Body společnosti Finlay Flowers využilo v minulosti Fairtrade prémii především na zajištění výukových materiálů a školení učitelů v 30 mateřských školkách v dané oblasti. Místní školy díky prémii obdržely počítače a tiskárny, židle a stoly, skříňky a sportovní vybavení, vybavené hřiště. V roce 2007 byla prémie využita na další vybavení škol a nákup knih pro knihovnu v Mariny Secondary School a dále na stipendia pro 39 studentů středních škol a 3 univerzitní stipendia. Prémie byly využívány na podporu místních obyvatel s postižením, zajištění zdravotnického vybavení, vozíčků, berlí. Dále byly zřízeny jesle (2005), zdravotnická zařízení byla obohacena o koupelnu a kuchyni a byla vybavena porodnice a poskytnuta prádelna místní nemocnici spolu s příslušenstvím k poskytování kyslíkové terapie (2007). [16]

Oserian Flower Farm

Farma Oserian Development Company je situována na březích jezera Naivasha a její jméno pochází z masajského výrazu pro „místo klidu“. 90 % z více než 6 000 pracovníků má trvalý pracovní poměr a ženy tvoří pouze jednu třetinu. Farma ročně na 245 hektarech produkuje a poté exportuje pouze necelých 400 milionů rostlin ročně, převážně růže a karafiáty. Farma poskytuje jak ubytování zdarma, tak zdravotnická zařízení, základní školy a jesle, sociální a sportovní aktivity.

Během roku 2007 bylo využití Fairtrade prémie zaměřeno na vzdělávání a školení. Jeden projekt zahrnoval rozvoj tréninkového centra pro šití, pletení a práci s PC včetně jejich nákupu. Jiný projekt podpořil laboratoř střední školy Oserian. 451

zaměstnanců využilo výhod stipendií pro vyšší vzdělání, 189 dětí zaměstnanců obdrželo stipendia na studium na středních školách. V roce 2007 se členové Oserian Joint Body účastnili výměny s členy Finlay Flowers Joint Body pro sdílení vzájemných nápadů a postupů. Z prémie profitovaly výbory pro vzdělání a gender. Prémiový fond rovněž podpořil seminář pro zaměstnance „Rodinný život“ o domácím násilí a v přepočtu 7 000 liber bylo investováno do kampaně v boji proti šíření HIV/AIDS ve Světový den AIDS. Další využití prémie zahrnuje nákup autobusu pro zaměstnance, plynové vařiče pro zaměstnance a 3 televize pro společenská centra. Byl podpořen projekt Rubiri water, který zajistí zdroj vody pro více než 200 rodin. [16]

Ravine Roses

Jedná se malou farmu s 900 stálými zaměstnanci, která ročně produkuje kolem 66 milionů růží. Ve své lokalitě je jediným velkým zaměstnavatelem a má tak na ni podstatný vliv. Společnost poskytuje svým zaměstnancům zdarma zdravotní péči, malou lékárnu a kantýnu. Na rozdíl od jiných keňských květinových farem neposkytuje ubytování, ale poskytuje příspěvky na bydlení. Místní pracovníci bydlí v blízkých vesnicích, 50 % zaměstnanců jsou migranti žijící ve městě v pronájmu.

Před využitím Fairtrade prémie uskutečnili členové Joint Body školení o Fairtrade mezi zaměstnanci. Prémie pak byla využita na zdravotnické projekty a školení projektového managementu. V roce 2007 bylo největší investicí v hodnotě cca 30 000 liber vybudování tzv. *Community Shopu* – fondu nakupujícího ve velkém množství solární panely, jízdní kola, televize, plynové vařiče, šicí stroje, které si pak mohou zaměstnanci koupit na splátky. Část prémie je investována do vzdělávání, vybudovány byly dvě nové třídy a hřiště, laboratoř na střední škole byla renovována, pro základní školu byla vybudována zásobárna vody. Pro zajištění dalšího vzdělávání jsou poskytovány bezúročné půjčky, to jak pro děti, tak pro dospělé (například pro školení práce s PC či absolvování autoškoly). Rovněž se začalo s výstavbou jeslí pro děti zaměstnanců (Fairtrade Foundation FLO, 2010). [16]

Jak uvádí FLO ve Fairtrade Standards for Flowers and Plants for Hired Labour (2009), specifické produktové standardy pro produkci květin zahrnují 3 oblasti – sociální rozvoj, ekonomický rozvoj a environmentální rozvoj. Mnoho z konkrétních požadavků a jejich splnění bylo demonstrováno na příkladu výše uvedených farem.

Pokud jde o sociální rozvoj, je naplňován v případě Fairtrade farem velmi hojně. Ekonomický rozvoj neobsahuje dle FLO žádné specifické standardy pro producenty řezaných a okrasných květin. Co je důležité je environmentální rozvoj, jenž je ve standardech obsažen, avšak z příkladů uvedených certifikovaných farem je patrné, že tento rozměr ještě není dostatečně rozvíjen, resp. není mu přikládán takový význam jako rozvoji sociálnímu, který se dotýká životů pracovníků přímo. [9]

Co se týče minimálních požadavků environmentálního rozvoje dle FLO, zahrnují například posklizňové ošetření květin chemikáliemi pouze v případě nutnosti, a to jen přípravky neuvedenými na FLO *Prohibited Materials List* a za řádných zdravotních a bezpečnostních podmínek a použití pokročilých technik, rozvoj a používání nejméně toxických a k životnímu prostředí šetrných technik a prostředků, okamžitá aplikace alternativního postupu v případě jeho nalezení. Dále společnost musí chránit životní prostředí a obyvatele místní lokality uvnitř i v okolí farmy od škodlivých efektů. [9, 16]

Fair Trade Certified™ Flowers

Tato certifikace se objevuje na květinách ve Spojených státech a je zprostředkována jedním z 23 členů FLO – TransFair USA, což je jediná nezisková certifikační organizace v USA. TransFair USA certifikuje kromě květin i další komodity jako káva, čaj, kakao, cukr, vanilka, rýže, koření a ovoce.

Dle TransFair USA znamená logo Fair Trade Certified na květinách, že pracovníci na farmách, z nichž většina jsou ženy, si mohou dovolit jídlo, poslat své děti do školy, investovat do rozvoje komunity a používat udržitelné metody produkce květin. Nákupem takto certifikovaných květin přispívá spotřebitel k podpoře udržitelnosti, vyšší kvality produktu a zlepšování práv žen.

Udržitelnost – systém fair trade zaručuje reálné zlepšení životů milionů lidí po celém světě. Spotřebitel svým nákupem spoluvytváří podmínky v komunitách, které jejich členům umožňují stát se plnou součástí mezinárodního obchodu. Tak mohou komunity budovat a rozvíjet udržitelné environmentální, ekonomické i sociální praktiky. Část peněz z prodeje produktů jde přímo do rozvojového fondu komunity pro pracovníky, kteří kolektivně rozhodují o využití peněz. Projekty pak zahrnují rozvoj školství, bydlení, mikropodnikání. Velkým přínosem je, že certifikovaní producenti mají zájem na své půdě a produkci, zvyšuje se zájem o přírodní metody v boji se škůdci a ekonomické využívání vody a energie. [13]

Vyšší kvalita – fair trade nejen zlepšuje životní podmínky pracovníků, ale rovněž kvalitu produktů. Fair trade produkty jsou spotřebiteli hodnoceny jako jedny z nejkvalitnějších, přičemž květiny nejsou výjimkou. Zájem lidí, kteří mají možnost obdržet spravedlivou mzdu a je s nimi dobře zacházeno, vede logicky k vyšší kvalitě.

Lepší práva žen – nejen že 90 % květin věnovaných jako dar je věnováno ženě, ale i na květinových farmách jsou většinou zaměstnány ženy. Systém zaručuje ženám 12 týdnů placené mateřské dovolené, některé farmy dokonce přemísťují ženy do manažerských pozic, což je opravdu velmi pozitivní změna. Díky certifikovaným květinám mají ženy na celém světě možnost rovného přístupu k zaměstnání. [13]

4.1.5 FLP – Flower Label Program

Certifikační program FLP vznikl v Německu roku 1998. Jeho základem byly dvě největší společnosti reprezentující trh s květinami v Německu – BGI (dovozci a velkoobchodníci s květinami) a FDF (Německá asociace floristů), dále organizace pro lidská práva FIAN (*Food First Information and Action Network*) působící spolu s Protestantskou pomocnou organizací (Chléb pro svět), organizací pro práva dětí „*Terre des Hommes*“ a IG BAU (německé průmyslové odbory pro stavebnictví, zemědělství a životní prostředí). Nezávislým kontrolorem je německá společnost Agrar-Control a v roce 2003 získalo certifikát 60 společností s 15 000 zaměstnanci v Ekvádoru, Keni, Zimbabwe, Tanzanii a Jižní Africe. [41]

Německo má jeden z největších trhů s řezanými květinami na celém světě. Roční obrat německých obchodů s květinami je přibližně 3,2 mld. €, přičemž 82 % z toho je dováženo. 12 % řezaných květin je pěstováno v Německu, velká část dovozu (sezónní) je produkována v Nizozemí a zbytek v ostatních zemích celého světa. Především v zimě pochází téměř každá druhá květina ze zemí globálního Jihu jako je Kolumbie, Ekvádor, Keňa, Zimbabwe, Izrael, Turecko či Španělsko. [15]

Květinové farmy v rozvojových zemích zaměstnávají převážně ženy, jejichž pracovní podmínky jsou dosti neutěšené, zahrnující nejisté pracovní prostředí, nedostačující pracovní smlouvy, práci přesčas nedostatečně zaplacenou spolu s nedostatečnou ochranou životního prostředí. Zároveň musí být produkovány květiny vysoké kvality v rekordních časech i množství. Špatné podmínky má zlepšit sdružení Flower Label Program (Sandmann, 2004). Jak stejný autor dále uvádí, například v Kolumbii v roce 2003 v obci Sopo podle německého týdeníku Die Zeit

umírali místní dělníci a během několika minut ztratilo vědomí téměř pět set zaměstnanců na farmě Flores Aposentos, z nichž poté mnozí v nemocnici zemřeli. Německé nevládní sdružení FLP upozorňuje na časté používání nedovolených látek a pesticidů ničící životní prostředí, na práci dětí, týrání pracovníků a zdraví ohrožující pracovní podmínky. Standardy lidských práv a ochrany ŽP dle FLP jsou následující:

1. Svoboda sdružování (svoboda pracovníků vstupovat do odborů a tvořit je)
2. Zákaz dětské práce a nucené práce
3. Řádné pracovní smlouvy, nadprůměrné sociální a pracovní podmínky
4. Pomůcky k ochraně zdraví a bezpečné pracovní prostředí
5. Zodpovědný přístup k přírodním zdrojům a životnímu prostředí
6. Zákaz používání toxických pesticidů a chemikálií [15, 41]

Certifikované farmy musí respektovat práva zaměstnanců dle Mezinárodní organizace práce. Organizace pro lidská práva a odbory jsou oprávněny provádět namátkové kontroly farem. Současně existuje přes 50 certifikovaných farem v Keni, Ekvádoru, Zimbabwe, Tanzánii a Kolumbii. Díky FLP získá mnoho žen dlouhodobé pracovní smlouvy a placenou mateřskou dovolenou, zajištěny jsou minimální mzdy a sociální benefity. V afrických zemích, kde pracovníci žijí často na farmách, je zajištěno řádné ubytování s dodávkami vody. Toxické pesticidy jsou zakázány a je dbáno na bezpečnost práce. [15, 19]

4.1.6 Projekt Fair Flowers for Human Rights

Na popud rostoucích problémů v květinovém průmyslu vznikla kampaň Květiny pro lidská práva, která rovněž vychází z faktu, že spotřebitelé nemají o květinové produkci mnoho informací a neznají současný stav. Mnoho spotřebitelů netuší, že řezané květiny dostupné v supermarketu či v místním květinářství putovaly tisíce kilometrů a že se rostoucí podíl řezaných květin prodávaných v Evropě pěstuje v zemích globálního Jihu kvůli lepším klimatickým podmínkám, levné pracovní síle a velmi mírným zákonům v oblasti pracovního práva a ochrany životního prostředí. Proto vznikla kampaň na podporu povědomí o pracovních právech, zdraví pracovníků a ochraně životního prostředí v květinovém průmyslu. [11]

Kampaň „Fair Flowers for Human Rights“ na podporu povědomí o porušování lidských práv a znečišťování životního prostředí globálním květinovým průmyslem byla odstartována nevládními organizacemi v Rakousku, Německu, Belgii a České Republice. Kampaň je podporována nevládní organizací ze Zimbabwe Kunzwana a ugandskou Worker’s Education Association (UWEA). Zaměřuje se na spotřebitele, obchodníky a místní autority a jejím cílem je především změna spotřeby a nákupních vzorců směřující ke spotřebě sociálně a environmentálně odpovědné produkce.

Prostředky k dosažení cílů je produkce informačních materiálů, pořádání výstav a speakerstour zaměstnanců květinového průmyslu, produkce filmů, organizování workshopů a lobování politiků. Co se týče konkrétních aktivit v jednotlivých zemích, bude pozornost dále věnována především České republice.

Partnery celé kampaně jsou organizace Ekumenická akademie Praha, FIAN Germany, FIAN Belgium, FIAN Austria, NBV – Network Bewust Verbruiken, ¡VAMOS! a Evropská Unie. [11, 12]

Projekt Fair Flowers v ČR

Kampaň Květiny pro lidská práva je v České Republice reprezentována projektem Fair Flowers realizovaným Ekumenickou akademií Praha v období 1.1. 2009 – 31.12. 2011. Základní ideou projektu Fair Flowers / Férové květiny je šíření informací o pracovních, sociálních a ekologických podmínkách, ve kterých pracují obyvatelé rozvojových zemí při produkci řezaných květin. Cíli projektu jsou:

1. Zvýšení povědomí o rozvojových problémech spojených s produkcí řezaných květin v rozvojových zemích, především v subsaharské Africe
2. Podpoření ochoty spotřebitelů a dodavatelů prodávat a kupovat květiny certifikované jako ekologicky a sociálně únosné, tedy květiny fairtradové s certifikátem Fairtrade® či certifikované FLP
3. Přispění ke zlepšení pracovních, sociálních, zdravotních podmínek pracovníků květinových farem a k naplňování Rozvojových cílů tisíciletí⁴. [11, 12, 25]

⁴ Millenium Development Goals byly ustanoveny OSN v Millenium Declaration 2010. Díky ní má mezinárodní spolupráce pomoci ve zlepšení životů milionů lidí po celém světě. Po 10 letech bude revidován dosavadní pokrok a budou ustanoveny konkrétní strategie pro dosažení rozvojových cílů tisíciletí do roku 2015, kterými jsou: Odstranění extrémní chudoby a hladu, Zpřístupnění základního vzdělání pro všechny, Prosazování rovnosti pohlaví a posílení postavení žen, Omezení dětské úmrtnosti, Zlepšení zdraví matek, Boj proti HIV/AIDS, malárii a jiným nemocem, Zajištění trvalé udržitelnosti životního prostředí, Vytvoření globálního partnerství pro rozvoj.

O tom, jaké jsou současné problémy květinového průmyslu a proč vznikla kampaň Férové květiny, informovala 12.8. 2009 v článku „Co skrývá něžná krása květin“ Ing. Markéta Novotná za Ekumenickou akademii Praha jako jedna z koordinátorek projektu v ČR. V článku informuje, že největší hnutí za férové květiny probíhá tradičně v Německu, kde většina iniciativ vznikla (viz např. Certifikace FLP). V ČR byla iniciativa do doby před zahájením projektu v lednu 2009 neznámá. [37]

Realizace mezinárodního projektu v ČR je finančně podpořena Evropskou komisí a českou vládou. Ve smyslu realizace naplňování Rozvojových cílů tisíciletí je projekt součástí tzv. rozvojového vzdělávání realizovaného v rámci ČR.

Ing. Novotná dále publikovala 18.11. 2009 článek „Projekt Fair Flowers má za sebou první rok“, kde hodnotí aktivity prvního roku projektu. Zmiňuje, že tzv. férové květiny se zatím na trhu prakticky neobjevují, a proto se v rámci projektu hledají importéři a prodejci květin, kteří by s nabídkou fair trade květin přišli. V prvním roce projektu se spotřebitelé mohli seznámit s konceptem certifikovaných květin včetně požadovaných standardů na jejich produkci například na veletrzích Biostyl a Flora Olomouc. Spotřebitelé byli seznámeni jak se značkou Fairtrade®, tak se známkou FLP, na kterých je projekt ve čtyřech evropských zemích založen. Byla navázána spolupráce s kampaní Česko proti chudobě, s projektem Květ-svět a se SKF ČR, jejímž společným záměrem je propagace tuzemských hrnkových květin a certifikovaných řezaných květin. [37]

Článek informuje o aktivitách v té době chystaných na rok 2010, jimiž je spolupráce s obchodníky s květinami (informační semináře pro zástupce velkoobchodních a maloobchodních firem) a otevření výstavy na dané téma pro veřejnost. [37]

Speakerstour 02/2010

Po návštěvě dvou žen ze Zimbabwe v únoru 2010 publikovala Nina Bosničová z Gender Studies, o.p.s. v tisku zprávu „Růže z Afriky: Rozhovor o stinných stránkách květinového průmyslu v Zimbabwe“. Jednalo se o návštěvu dělnice z květinové farmy, Spiwe Chigwande a zástupkyni neziskové organizace Kunzwana zasazující se o zlepšení situace pracovníků květinového průmyslu, Emmu Mahlunge. Ekumenická akademie Praha uspořádala několik veřejných akcí v Praze a v Brně, kde bylo možné se s nimi setkat. Na akcích ženy informovaly českou veřejnost o

podmínkách, v jakých se pracuje a žije na zimbabwských komerčních květinových farmách a demonstrovaly, proč má smysl zavést certifikované květiny do ČR. [3]

V rozhovoru s Emmou Mahlunge je popisován především význam květinového průmyslu pro ekonomiku Zimbabwe jako zdroj zahraniční měny a pracovních míst. Citace rozhovoru byla uvedena v kapitole 3.3. Do ČR přijely dámy v rámci speakerstour k projektu Fair Flowers for Human Rights za účelem hledání finančních prostředků pro realizaci programu na podporu dělníků a dělnic v zimbabwském květinovém průmyslu. [3]

Výstava Fair Flowers 2010

V rámci projektu Květiny pro lidská práva převzala Česká republika putovní výstavu v létě 2010 – tato byla přístupná od 16.7. do 31.10. 2010 v Národním zemědělském muzeu v Praze. Podobně jako speakerstour informuje výstava o sociálních a environmentálních podmínkách produkce řezaných květin v rozvojových zemích a nabízí návštěvníkům pohled na možná řešení – seznamuje s metodami pěstování řezaných květin, které zaručují slušné pracovní podmínky pro dělnice a dělníky a dbají na ochranu životního prostředí.

Při zahájení výstavy byl promítán dokumentární film „*The Blooming Business*“, přinášející zprávy o nekontrolovatelném rozvoji květinových farem v Keni. Jedině informovaní a zainteresovaní zákazníci mohou vytvořit poptávku po Fairtrade® či FLP certifikovaných květinách a přispět tak k velmi potřebné změně. Od listopadu je výstava zdarma k zapůjčení školám, muzeím, knihovnám a kulturním institucím [12]

Speakers tour 09/2010

Podobně jako v únoru 2010 navštívily ČR v rámci projektu Férové květiny pro lidská práva dvě zástupkyně květinového průmyslu ze Zimbabwe, tak v září 2010 přicestovaly z Ugandy rovněž dvě ženy, a to Mary Flavia Amoding – programová manažerka neziskové vzdělávací a osvětové organizace UWEA a Hannah Anitah Mwesigwa, pracovnice na květinové farmě a členka odborové organizace UHAWU (The Uganda Horticulture and Allied Workers Union). Dámy absolvovaly speakerstour v partnerských zemích projektu Fair Flowers, přičemž ČR byla jejich poslední zastávkou. Autorka této diplomové práce se zástupkyněmi ugandského průmyslu během celé jejich návštěvy úzce spolupracovala.

Smysl návštěvy byl podobný jako únorová speakerstour. Ženy se snažily obeznámit českou veřejnost s podmínkami produkce řezaných květin v Ugandě pro evropský trh a upozornit na klíčové problémy. Rovněž se snažily zdůvodnit smysluplnost a význam zavedení certifikovaných květin do ČR. K jejich vystoupením v Německu, Rakousku, Belgii a ČR byl připraven dokument „Potřeba posunu vzorců spotřeby řezaných květin směrem k sociálně environmentální férové produkci“, jenž byl směřován na spotřebitele, obchodníky a úředníky spravující veřejné zakázky. [1]

V rámci speakerstour proběhly v Praze následující akce pořádané ve spolupráci s Ekumenickou akademií Praha:

➤ Diskusní setkání pro širokou veřejnost v Národním zemědělském muzeu v Praze – „Děsivá krása květin – podmínky pěstování řezaných květin ve 21. století“ (30.9.2010). Přestože vystoupení a argumenty ugandských zástupkyň byly racionální, této akci se zúčastnilo minimální množství lidí, přičemž většina z nich byla tvořena dobrovolníky a zaměstnanci Ekumenické akademie Praha.

➤ Tisková konference v Evropském domě – „S Flavií a Hannah o jedovatých růžích z Ugandy“ (1.10.2010). Tisková konference měla na rozdíl od předchozí akce vyšší efekt, jelikož se jí zúčastnilo přibližně 5 novinářů, kteří získané poznatky mohou prostřednictvím tisku šířit dále. Účastnil se i předseda Svazu květinářů a floristů ČR, pan Ing. Jiří Horák, který se v průběhu realizace projektu Fair Flowers v ČR velmi aktivně zapojuje do diskuzí k dané problematice, avšak žádné kroky ze strany SKF ČR ve směru k realizaci certifikovaných květin v ČR zatím nebyly učiněny.

➤ Neformální setkání v restauraci Mlsná kavka – „Férové květiny – seznámení s fair trade pro květináře a floristy“ (1.10.2010). Tato akce měla původně za cíl přizvat potenciální dovozce a prodejce řezaných květin v ČR, seznámit je s problematikou produkce řezaných květin v rozvojových zemích a možnou certifikací a tím dát vzniku základů pro budoucí zavedení certifikovaných květin na český trh. To se však zcela naplnit nepodařilo, což je osvětleno dále.

Autorka této diplomové práce distribuovala osobně, telefonicky a elektronicky pozvánky na setkání největším velkoobchodním dovozčům květin v ČR, avšak ve výsledku se na večerní diskusi nedostavil ani jeden z nich, z udávaných důvodů šlo především o nedostatek zájmu (dle mínění autorky způsobený minimálním až téměř nulovým povědomím o dané problematice) a dále nedostatek časových možností.

Setkání tak proběhlo v kruhu především zaměstnanců Ekumenické akademie Praha, ugandských žen a předsedy SKF ČR, pana Horáka.

Projekt Férové květiny se nyní nachází ve třetím, posledním roce své realizace. Je tedy na čase, aby byly podniknuty co nejefektivnější kroky ke zvýšení povědomí především mezi koncovými spotřebiteli a maloobchodníky s květinami a realizace zavedení certifikovaných květin v ČR se mohla stát v dohledné době skutečností. V opačném případě hrozí, že po skončení projektu nebudou jak finance, tak ani organizace a lidé, kteří by se problémem květinového průmyslu a šířením informací mezi spotřebitele a maloobchodníky dále zabývali a bude o to těžší certifikovanou produkci na český trh zavést.

Autorka doufá, že provedení průzkumu mezi spotřebiteli a prodejci řezaných květin situaci zlepší a poskytnutí informací ohledně přínosů certifikovaných květin pro maloobchodníky otevře cestu k dovozu certifikovaných květin na český trh.

4.2 Další možnosti certifikace květin

4.2.1 Milieu Programma Sierteelt

Milieu Programma Sierteelt vznikl v roce 1993 jako regionální projekt obce Westland v západním Nizozemí, v provincii Jižní Holandsko. První skupiny místních pěstitelů, vzdělávacích pracovníků a výzkumníků položily základy současnému systému MPS. Vyvinuli certifikační program zaměřený na snižování dopadů květinového průmyslu na ŽP, přičemž registrační metody a standardy programu byly předmětem dlouhých diskuzí. Na konci roku 1994 bylo do programu zapojeno kolem 1 000 producentů, od 1.1. 1995 jsou tito rozděleni do tříd A, B a C, resp. MPS-D (oprávnění účastníka). V únoru 1995 se MPS transformoval do národní asociace všech nizozemských květinových aukčních síní, LTO Netherlands (Federation of Agricultural and Horticultural Organisations) a LTO Glasshouse Cultivation. Následně rapidně vzrostl počet účastníků v programu, k 1.1. 1997 jich bylo celkem 2 236. [33]

Od založení projektu počet účastníků konstantně stoupá spolu s rostoucími standardy. Nyní jsou kromě environmentálních aspektů v projektu prosazovány především certifikáty kvality a certifikáty vztažené k sociálním podmínkám

květinářských společností. Mimo základní kámen v podobě certifikátů MPS-A, MPS-B, MPS-C a MPS-D jsou zde zahrnuty certifikáty:

- ISO 9001:2000 (certifikát v oblasti kontroly kvality)
- MPS-GAP (certifikace v souladu s požadavky sektoru maloobchodu)
- MPS-Socially Qualified (bezpečnost, zdraví a pracovní podmínky)
- MPS-Quality (certifikát kvality)
- ETI (Ethical Trading Initiative – zahrnující etické aspekty obchodu)
- MPS-Florimark Production (certifikáty MPS-A, MPS-GAP, MPS-Quality a MPS-SQ – nejvyšší certifikát pro firmy splňující nejvyšší požadavky)

Od ledna 2007 certifikační aktivity MPS spadají pod ECAS B.V. z důvodu sloučení s touto společností. V tomto spojení se MPS zaměřuje na roli vlastníka, resp. administraci a vývoj certifikátů, zabývá se marketingem a komunikací. [33, 36]

Registrace MPS-ABC

Pro MPS-ABC jsou základem třídy MPS-A, MPS-B a MPS-C registračních environmentálních certifikátů. Jsou udělovány účastníkům, kteří zaznamenávají látky použité na ochranu produkce, hnojiva, spotřebu energie a nakládání s odpady.

MPS-A představuje produkci nejvíce přátelskou k životnímu prostředí, naopak Oprávnění účastníka (MPS-D) je udělováno účastníkům, kteří se registrovali ve 3 po sobě jdoucích obdobích nebo dosáhli méně než 10 bodů v daných oblastech a registrovali se ve 13 obdobích. Loga registračních certifikátů jsou následující:

Obr. 4: Loga pro certifikovanou produkci MPS-A, MPS-B, MPS-C



Zdroj: MPS Sustainable Quality, 2010

Podobě jako FLO má vlastní certifikační aparát v podobě FLO e.V. a FLO-Cert GmbH, tak v případě programu MPS existuje certifikační organizace MPS-ECAS Ltd. která je se společností MPS spojena. MPS-ECAS je zaměřena na produkty, systém a kontrolu certifikace jak v Nizozemí, tak v zahraničí. [16, 33]

Podle Výroční zprávy MPS za rok 2009, program MPS přispívá k udržitelnosti ve smyslu dosahování rovnováhy mezi planetou (životním prostředím), lidmi (pracovními podmínkami) a ziskem. Všechny MPS certifikáty jsou s udržitelností propojeny. MPS-Florimark je známkou nejvyššího stupně udržitelnosti, jelikož kombinuje požadavky environmentální, sociální a kvality. Že mají aktivity MPS veliký rozsah dokazuje i fakt, že v roce 2009 MPS vyvinul ve spolupráci s Groeinet a Atria certifikát MPS-Fruit & Vegetables pro produkci certifikovaného ovoce a zeleniny. [33]

4.2.2 Kenya Flower Council

Kenya Flower Council je soukromou dobrovolnickou asociací nezávislých pěstitelů a vývozců řezaných a okrasných květin. KFC byla založena pro podporu zodpovědné a bezpečné produkce řezaných květin v Keni spolu s ochranou životního prostředí a posilování životní úrovně zaměstnanců farem. Asociace byla založena roku 1996 s účelem sjednotit nezávislé pěstitele a vývozce květin v Keni a dohlížet nad dodržováním přijatelných místních i mezinárodních standardů.

V lednu 2011 bylo členy KFC 56 společností produkujících nebo exportujících květiny, které vlastní celkem 68 farem. Členové KFC reprezentují přibližně 50 – 60 % celkového exportu květin z Keni. KFC je mimo jiné členem tzv. Kenya Horticultural Council, jejímž hlavním cílem je posilovat efektivnost a výkonnost ve využívání zdrojů a poskytování služeb v květinářském sektoru. Dále je pak KFC členy organizací:

- GlobalGap – orgán soukromého sektoru nastavující dobrovolné standardy pro certifikaci produkčních procesů zemědělských produktů
- Union Fleurs (International Union of the Wholesale Flower Trade)
- COLEACP (Europe-Africa-Caribbean-Pacific Liaison Committee)
- Kenya Horticultural Council
- Horticulture Council of Africa
- Agricultural Employers Association
- Kenya Private Sector Alliance
- ALPH (International Association of Horticultural Producers)

Mezi úspěchy KFC patří podílení se na ustanovení HC-SECA („Horticultural Council for Southern, Eastern and Central Africa“), autoregulace a sbírka zásad v květinovém průmyslu s důrazem na rozvoj sbírky zásad KFC (do prosince 2008

získalo 56 ze 70 členských farem tzv. stříbrný certifikát a ostatní tvrdě pracují na jeho dosažení, 9 členských farem dosáhlo zlatého standardu) a realizace mnohých projektů a budování kapacit. [7]

Obr. 5: Logo certifikátu Kenya Flower Council



Zdroj: Kenya Flower Council

4.2.3 Florverde

Certifikační systém Florverde® byl vytvořen roku 1996 asociací AsocolFlores – sdružením kolumbijských vývozců květin jako strategická iniciativa na podporu udržitelného květinového průmyslu se sociální odpovědností jak na firemní, tak celoodvětvové úrovni. Florverde® certifikační systém (tzv. FvCS) je podporován strukturálním programem Finca Florverde na pomoc producentům květin, což zajišťuje, květiny certifikované pod značkou Florverde® je produkovány v souladu s nejvyššími environmentálními a sociálními standardy. Certifikační systém zahrnuje hodnocení třetími stranami (nezávislými mezinárodními certifikačními orgány), které zaručují, že producenti dodržují nařízení a standardy. Certifikačními orgány, které mohou jako jediné udělovat známku Florverde®, jsou:

- Icontec – certifikační orgán pro celou Ameriku (kontinent), akreditovaný ANSI (American National Standards Institute) of the United States
- SGS (Société Générale de Surveillance) – mezinárodní auditorská společnost se sídlem ve Švýcarsku, akreditovaná JAS-ANZ (Joint Accreditation System of Australia & New Zealand) (AsocolFlores, 2010)

Značka Florverde® reprezentuje sociální odpovědnost a závazky k životnímu prostředí – zaručuje soulad s přísnými mezinárodními sociálními a environmentálními standardy od sázení rostlin po posklizňové aktivity.

Článek zveřejněný na AIPH News z února 2010 uvádí, že Kolumbie je jednou z květinářských zemí, která učinila veliké kroky k úspěchu v sociálních a

environmentálních oblastech. V posledních několika letech dosáhli producenti-členové asociace AsocolFlores velkého socio-environmentálního pokroku právě díky značce Florverde®, zaručující zlepšení kvality života pracovníků v květinovém průmyslu, ochranu a zachování přírodních zdrojů a nejvyšší produkční standardy již od roku 1996. V roce 2009 těžilo téměř 90 000 pracovníků ze sociální programů, uskutečněných díky investicím do kolumbijského květinového průmyslu v hodnotě přes 9 mil. USD (AIPH News, 2010). [20]

Na obrázku 4.6 jsou uvedeny varianty vzhledu loga Florverde® s textem v angličtině, přičemž existují ještě totožné varianty ve španělštině.

Obr. 6 – Varianty loga Florverde® používaného pro certifikovanou produkci



Zdroj: Florverde, 2010

4.2.4 Fair Flowers Fair Plants

Iniciativa Fair Flowers Fair Plants (FFP) podporuje produkci a obchod s květinami a rostlinami vyprodukovanými udržitelným způsobem, respektující lidi a životní prostředí. Patří k jedné z nejnovějších – byla oficiálně ustanovena v roce 2005 (Ecolabel Index, 2010). Certifikované květiny jsou spotřebitelům prezentovány pod značkou FFP. Pro zavedení iniciativy bylo využito podpory Evropského společenství a Horticultural Commodity Board. Informační kampaně jsou zaměřeny na podporu produkce a obchodu s FFP certifikovanými květinami po celém světě. [7, 10]

Jak uvádí Sandmann (2004), zahájení iniciativy Fair Flowers Fair Plants v roce 2004 mezinárodní organizací obchodníků s květinami Union Fleurs mělo být reakcí na odpor Holanďanů akceptovat na evropském trhu certifikované řezané květiny FLP. Nová iniciativa FFP má podle autora lépe kontrolovat producenty a prodejce květin co se týče dodržování lidských práv a ochrany životního prostředí. [41]

Standardy pro získání certifikátu FFP zahrnují přísné dodržování environmentálních a sociálních požadavků. Samotná certifikace zahrnuje pravidelné reporty zúčastněných společností a prováděné plánované i namátkové inspekce. Co se týče konkrétních certifikátů, FFP zahrnuje:

- Environmentální certifikace – společnosti jsou certifikovány jako MPS-A
- Sociální certifikace – nutnost dodržovat požadavky mezinárodních pravidel chování (International Code of Conduct). Producenti se mohou podmíněně účastnit FFP pokud splní jednu ze dvou nezbytných certifikací a zaváže se obdržet druhou certifikaci do jednoho roku. Podmíněně přijati mohou být účastníci s certifikáty:
 - Environmentální certifikace MPS-A nebo srovnatelná + závazek získání sociálního certifikátu do jednoho roku
 - Environmentální certifikace MPS-B či srovnatelná + sociální certifikace + závazek zvýšit environmentální certifikát na MPS-A do 1 roku [10, 33]

Producenti, kteří splní obě předchozí podmínky, jsou plně akceptovanými členy FFP. Jejich produkty jsou na aukčních hodinách při květinových aukcích označeny písmenem „F“ namísto písmene „A“. Producenti splňující pouze jednu z podmínek jsou podmíněně akceptovanými členy. Produkty těchto producentů jsou na aukčních hodinách označeny písmenem „T“ (Fair Flowers Fair Plants, 2010). [10]

Jak uvádí Piková (2009), na mezinárodním zahradnickém veletrhu Horti Fair 2008 byla základní myšlenkou udržitelnost a mezi 16 vystavovateli prezentujícími její různé aspekty v květinovém průmyslu figurovala právě mezinárodní značka FFP, udělovaná firmám produkujícím rostliny ve striktních ekologických podmínkách a které vybudují pro své zaměstnance adekvátní pracovní prostředí. [40]

Obr. 7: Loga FFP pro certifikované květiny



Zdroj: Fair Flowers Fair Plants

4.2.5 Fairness in Flowers

Mezinárodní fórum pracovního práva (ILRF – International Labor Rights Forum) spustilo v roce 2003 kampaň Fairness in Flowers, která podporuje zdraví a bezpečnost v práci a pracovní právo zaměstnanců květinového průmyslu v Kolumbii a Ekvádoru. Partnery kampaně jsou nevládní organizace FUNDESS (Foundation for Sustainable Social Development), UNTRAFLORES – nezávislá organizace několika odborů v kolumbijském květinovém průmyslu a Corporación Cactus – organizace ustanovená za účelem vyšetřování, dokumentace a poukazování na problémy produkce a komercializace kolumbijských řezaných květin pro export. [24]

Obr. 8: Logo iniciativy Fairness in Flowers



Zdroj: International Labor Rights Forum

100 000 zaměstnanců květinového průmyslu v Kolumbii a 40 000 v Ekvádoru musí často čelit porušování pracovního práva, jakým je:

- Porušování práva sdružovat se a vstupovat do nezávislých odborů – ze stovek květinářských společností v Ekvádoru mají odbory pouze dvě, v Kolumbii je snaha pracovníků o sdružování od počátku drcena největším místním vlastníkem a exportérem květin, společností Dole Foods se sídlem v USA.
- Sexuální obtěžování – dle studie provedené ILRF (2005) bylo 55 % pracovníků na ekvádorských farmách bylo obětí sexuálního obtěžování, 19 % bylo nuceno mít sex se spolupracovníkem či nadřízeným, 10 % pracovníků bylo sexuálně napadeno
- Nucené testování těhotenství – v Kolumbii a Ekvádoru jsou ženy často nuceny podstoupit těhotenský test nebo předložit důkaz o sterilizaci aby dostaly práci a zaměstnavatel jim nemusel v budoucnu platit mateřskou dovolenou
- Zdraví a bezpečnost práce na velmi špatné úrovni – zdravotní problémy jsou způsobovány použitím toxických pesticidů a nedostatkem ochranných pomůcek
- Dětská práce – dle výzkumu Mezinárodní organizace práce z roku 2000 tvoří děti 20 % pracovníků na květinových farmách v Ekvádoru [19, 24]

Kritika Florverde®

Hnutí Fairness in Flowers odsuzuje tzv. zelenou květinovou značku Florverde® Asociace kolumbijských exportérů květin AsocolFlores. Namísto využití finanční podpory a dalších zdrojů na podporu pracovníků květinových farem jsou miliony dolarů vynakládány na propagaci značky Florverde® mezi spotřebitele a kampaň „Kolumbie: Země květin“. PR kampaň nemá za cíl chránit pracovníky, ale mj. především prodat květiny americkým spotřebitelům. Program údajně zveřejňuje falešná prohlášení o pracovních podmínkách, například uvádí, že 14 % pracovníků je v odborech, přičemž se jedná o nedemokratické, firemní odbory. [24]

4.2.6 VeriFlora

Značka VeriFlora Certified Sustainably Grown je zárukou produkce květin a rostlin v environmentálně i sociálně odpovědných podmínkách, spolu s vysokým standardem kvality. Program VeriFlora stanovuje kritéria udržitelnosti v následujících klíčových oblastech:

- Udržitelnost životního prostředí
 - Udržitelné produkce
 - Konzervace zdrojů a efektivní využívání energie
 - Ochrana ekosystémů
 - Integrované nakládání s odpady
- Udržitelnost sociální a ekonomická
 - Spravedlivé pracovní praktiky
 - Benefity pro komunity
- Integrita produktů
 - Kvalita produktů
 - Bezpečnost produktů [46]

Jak uvádí Howard (2009), růže jsou sice červené, ale nyní mohou být i tzv. zelené díky nově vytvořenému udržitelnému certifikačnímu programu pro řezané květiny a hrnkové rostliny – VeriFlora. Vznikla především na popud veliké poptávky po organicky pěstovaných květinách, která vzrostla mezi lety 2004 a 2005 o 50 %. VeriFlora je ekoznačkou a certifikačním procesem ujistiujícím spotřebitele o

udržitelné produkci, využívání organických metod a rovněž dodržování pracovních podmínek a práv pracovníků. Znamená to, že nejsou používány jedovaté pesticidy škodlivé zdraví i životnímu prostředí, při produkci je šetrně využívána voda, jsou chráněny lokální ekosystémy a dodržovány pracovní standardy. Po praktické stránce certifikát poskytuje maloobchodníkům, dodavatelům i pěstitelům pokyny pro zajištění vysoce kvalitní produkce květin. [18, 46]

Obr. 9: Loga VeriFlora certified Sustainably Grown certifikovaných květin



Zdroj: VeriFlora – Certified Sustainably Grown

4.2.7 Ethical Trading Initiative nejen pro květiny

Iniciativa etického obchodování je průkopnickým sdružením firem, odborů a neziskových nevládních organizací, které spolupracují za účelem zlepšení pracovních životů lidí na celém světě, produkujících či vyrábějících jakékoli spotřební zboží. S obratem více než 107 miliard liber jsou v iniciativě zastoupeny supermarkety, maloobchodní prodejci oděvů a obchodní domy spolu s hlavními velkoobchodníky a dodavateli potravin a nápojů, oděvů, obuvi, ale také květin.

V roce 2010 vzrostl počet zaměstnanců členských firem ETI z 8,6 milionů v roce 2009 na současných 9,4 milionů. Iniciativa zahrnuje více než 60 členských firem a vykazuje obrat více než 100 miliard liber (Ethical Trading Initiative, 2010). Tato iniciativa však není se samotným květinovým průmyslem tak propojená jako ostatní zde uvedené. [8]

4.2.8 Max Havelaar Foundation jako rozšíření fair trade

Švýcarská nadace Max Havelaar byla ustanovena v roce 1992 šesti největšími švýcarskými pomocnými organizacemi: Brot für alle, Caritas, Fastenopfer, HEKS, Helveta a Swissaid. Nadace je neziskovou organizací a jejím cílem je převzít práci průkopníků systému fair trade a produkty fair trade přesunout z pouhého výklenku na celý maloobchodní trh. Prvními produkty byly káva, dále med, kakao, cukr, čaj, ovoce, rýže, bavlna a pro tuto práci klíčové květiny. [32]

Produkty nesoucí značku Max Havelaar jsou obchodovány v souladu s mezinárodními standardy Fairtrade Labelling Organizations International, standardy tak vychází z FLO (viz výše), definovány jsou organizací FLO e.V. a certifikovány a kontrolovány organizací FLO-CERT GmbH. [16, 32]

Obr. 10: Značka kvality Max Havelaar



Zdroj: Max Havelaar Foundation

V čem se tedy liší značka/logo Fairtrade® a Fairtrade Max Havelaar? Jde pouze o aplikaci známky Fairtrade® na švýcarský trh. Podobně i jiné země používají modifikované logo v souladu s tím, jaká národní iniciativa, jenž je součástí FLO, jej spravuje. Ve Švýcarsku je od 1.3. 2008 logo Max Havelaar součástí mezinárodně zastřešeného loga Fairtrade® organizace FLO a díky uniformnímu logu vyskytujícímu se v celé Evropě je tak zavádění nových produktů švýcarský trh rychlejší a snazší. Značka je pak zárukou:

- Garantovaných minimálních cen
- Dlouhodobých obchodních vztahů
- Přijatelných pracovních podmínek
- Fairtradových projektů
- Produkce v souladu s ŽP (Max Havelaar Foundation, 2010). [32]

5. Zavedení certifikovaných květin na český trh

Jak bylo uvedeno v předchozích kapitolách, současný květinový průmysl je charakteristický mnoha negativy a problémy, které se dotýkají jak samotných producentů, tak i životního prostředí a nepřímo mohou mít neblahý vliv až na konečného spotřebitele. Ve světě se nabízí mnoho řešení v podobě zmíněných certifikátů a programů, které tyto problémy pomáhají řešit a zmírňovat. Společným jmenovatelem těchto alternativ ke klasické produkci a obchodu je však nízké povědomí jak mezi koncovými spotřebiteli, tak i mezi maloobchodními prodejci květin, kteří mnohdy mají o květinovém průmyslu jen velmi mlhavou představu a soustřeďují se pouze na spotřebitele, potažmo zisk.

Řešením, které se nabízí na dosah ruky v České Republice, je zavedení certifikovaných řezaných květin Fairtrade® či FLP, jenž jsou propagovány probíhajícím projektem Fair Flowers – květiny pro lidská práva (projekt realizovaný Ekumenickou akademií Praha v období 1.1.2009 – 31.12.2011). Pro úspěšné zavedení certifikovaných květin je však zapotřebí splnění dvou hlavních podmínek, resp. průchod dvěma etapami, jenž lze identifikovat následujícím způsobem.

První oblastí je informovanost, povědomí a následné vyvolání poptávky po certifikovaných květinách mezi spotřebiteli a maloobchodníky. Vše pochopitelně začíná u spotřebitele, který své potřeby a přání vyjadřuje nákupním chováním u obchodníka. Pokud bude díky dobré informovanosti a povědomí o současném květinovém průmyslu vyžadovat změnu a nové produkty u obchodníků, posune se řetězec o kousek dále. V případě, že i maloobchodník se bude zajímat o současné problémy květinového průmyslu a nebude lhostejný k poptávce spotřebitelů po alternativní produkci květin, svou poptávku po takovýchto květinách bude dále směřovat na svého velkoobchodního dodavatele či přímo na producenta.

Tato fáze je však dlouhodobá, jelikož zvýšit povědomí spotřebitelů, potažmo maloobchodníků o současné květinové produkci, není záležitostí týdnů či měsíců. Pokud je informovanost malá a poptávka po certifikované produkci prakticky neexistující, není reálné posunout se do druhé fáze, jelikož pro dovozce není možné riskovat nemalou investici do prakticky neznámého zboží.

Druhá fáze či oblast se týká samotného praktického zavedení certifikovaných květin na český trh. Spočívá tedy ve spolupráci s velkoobchodníky a dovozci, kteří by si opatřili ze svých zdrojů licenci na příslušné certifikáty a následně by mohli značku Fairtrade® či FLP prakticky používat, tudíž maloobchodníci by mohli začít odebírat certifikované, řádně označené řezané květiny. Tato fáze by již nebyla tak zdlouhavá, ale předpokládá alespoň základní úroveň doložené poptávky po certifikovaných květinách, a to především mezi maloobchodníky. Je sice nadějně, že spotřebitelé by projevíli zájem o certifikované květiny, ale v případě nezájmu ze strany maloobchodníků prakticky nemůže dojít k realizaci velkoobchodního dovozu certifikované produkce, jelikož by ji velkoobchodníci jednoduše neprodali.

Pokud se poptávka maloobchodníků posune do bodu dostatečného zájmu o certifikované květiny i za mírně vyšší cenu na oplátku za lepší prodejnost květin (zaručená kvalita, etický a ekologický přínos pro spotřebitele atp.), bude reálné ve spolupráci s některými velkoobchodníky dovoz certifikovaných květin uskutečnit.

Jelikož se autorka dle osobních zkušeností domnívá, že český trh se nachází stále v první fázi, je vlastní průzkum této diplomové práce zaměřen na její detailní zkoumání a popis.

Pro zhodnocení informovanosti, povědomí a poptávky po potenciální certifikované produkci byly provedeny tři dílčí průzkumy. První z nich byl proveden mezi spotřebiteli a je komplexně zaměřen na tematiku fair trade a řezaných květin. Druhý byl proveden mezi určitým segmentem spotřebitelů při příležitosti jednorázového prodeje certifikovaných květin a zkoumal jejich kupní chování. Třetí z nich byl proveden mezi maloobchodními prodejci a zaměřil se komplexně na obchod s řezanými květinami a problematiku certifikované produkce.

5.1 Komplexní průzkum mezi spotřebiteli

Jak bylo uvedeno v předchozích odstavcích, spotřebitel nacházející se na samotném konci kupního řetězce je prvotním iniciátorem vzniku poptávky po certifikované produkci. Pokud ji bude poptávat spotřebitel, bude ji následně poptávat i maloobchodník. Proto byl na prvním místě proveden komplexní průzkum povědomí, informovanosti a poptávky po fair trade produktech a certifikovaných květinách právě mezi spotřebiteli, jenž je představen v následující části.

5.1.1 Cíl průzkumu a metodika

Cílem průzkumu provedeného mezi spotřebiteli je zjistit aktuální stav ve třech oblastech, a to: informovanost a poptávka po fair trade produktech, informovanost o současném květinovém průmyslu a povědomí a poptávka po certifikovaných řezaných květinách v případě jejich dostupnosti na českém trhu. Na základě výsledků a vyhodnocení těchto tří oblastí je možno hodnotit podmínky pro realizovatelnost zavedení certifikované květinové produkce na český trh.

Metodika průzkumu spočívá v provedení dotazníkového šetření, jehož nástrojem je elektronicky distribuovaný a vyplňovaný dotazník (viz Příloha č. 4).

Dotazník, návratnost, respondenti

Vlastní dotazník sestává z 23 logicky návazných otázek a je komplexně zaměřen na tři výše zmíněné oblasti. Je tvořen z 20 uzavřených, resp. polozavřených otázek, přičemž část věnovaná tématu fair trade obecně je tvořena 5 otázkami, část na téma květinového průmyslu je tvořena 9 otázkami a část zaměřená na certifikovanou květinovou produkci je tvořena 6 otázkami. Následují 3 otázky rozlišující (pohlaví, věk a příjem respondentů).

Dotazník byl v období 1.3. – 11.3.2011 elektronicky publikován na serveru www.vyplnto.cz, jenž následně umožnil velmi přesné zpracování a vyhodnocení získaných dat. Návratnost dotazníku na daném serveru byla 87,4 %, dotazník tedy po kliknutí na odkaz vyplnilo téměř 8 z 9 příchozích respondentů.

Respondenti nebyli selektováni podle žádných specifických podmínek. Byli získáni především rozesláním elektronického odkazu na dotazník autorkou, přičemž snaha byla dotazník šířit mezi co nejpestřejší spektrum spotřebitelů (tedy z co

nejvíce věkových skupin, příjmových skupin a rovnoměrně dle pohlaví). Na dotazník rovněž reagovali náhodní respondenti – návštěvníci a uživatelé použitého serveru.

Během průzkumu bylo shromážděno celkem 179 řádně vyplněných dotazníků vhodných ke zpracování a hodnocení.

Metodická poznámka: z důvodu většího důrazu na danou tematiku bylo v celém průzkumu použito označení Fair Trade s velkými počátečními písmeny.

5.1.2 Část I. – povědomí a poptávka po fair trade produktech

Výsledky první část dotazníku zaměřené na obecné povědomí a poptávku po fair trade produktech vycházely z dotazníkových otázek 1 až 5. V této podkapitole jsou hodnoceny výsledky jak obecně, tak ve vztahu ke konkrétním otázkám (u každé otázky byly hodnoceny souvislosti vždy jen s některými, v daném případě vhodnými a adekvátními konkrétními údaji).

Otázka č. 1 (*Setkal/a jste se někdy s produkty fair trade? (čaj, káva, rukodělné výrobky)*) – její výsledky potvrdily předpoklad, že zcela obecné povědomí o systému spravedlivého obchodu většina respondentů má. V celkovém hodnocení odpovědělo 64,5 % respondentů Ano, 35,5 % respondentů Ne.

Co se týče rozlišení dle pohlaví, s produkty fair trade se setkala 65,5 % žen a 53,3 % mužů. Ženy jsou tedy v této problematice informovanější – lze předpokládat, že je tomu tak proto, že častěji nakupují a při výběru produktů věnují více pozornosti jejich složení, původu atp. včetně označení různými značkami a certifikáty.

Co se týče rozlišení dle věku, nejčastěji se s produkty fair trade setkali lidé ve věkové skupině 25 – 34 let (v 63,2 % případů), následování skupinou 19 – 24 let (61,3 % případů). Naopak nejmenší podíl (33,3 %) patřil věkové skupině do 18 let.

Otázka č. 2 (*Nakupujete fair trade produkty?*) přinesla v obecném hodnocení informaci, že největší podíl respondentů nakupuje fair trade produkty pouze zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce), a to v 35,5 % případů. Velký podíl zaujala i odpověď příležitostně (častěji než 1x za 3 měsíce, ale méně často než 1x za měsíc) v 27,3 % případů, přičemž totožný podíl respondentů nenakupuje fair trade produkty vůbec. Pouze 0,9 % dotázaných nakupuje produkty pravidelně, nejméně 1 x týdně.

Pokud se v této otázce zaměříme na strukturu respondentů dle příjmů, zjistíme, že jediný respondent nakupující fair trade produkty pravidelně patřil do

nejvyšší příjmové skupiny (>15.000,- Kč na 1 člena domácnosti měsíčně). Závislost frekvence nakupování na příjmu je nejednoznačná. Přestože v kategorii nakupujících často bylo 54,5 % respondentů zastoupeno nejvyšší příjmovou skupinou, naopak právě ve skupině respondentů s nejvyšším příjmem a s druhým nejvyšším příjmem se objevilo nejvíce respondentů, jenž výrobky fair trade vůbec nenakupují (80 % nenakupujících).

Otázka č. 3 (*Kde nakupujete fair trade produkty?*) přinesla informace ohledně nejčastějšího místa nákupu produktů fair trade spotřebiteli. Na prvním místě se umístily super/hypermarkety s 37,5 %, těsně následované obchody s biopotravinami/se zdravou výživou v 35 % a obchodními řetězci typu DM drogerie či Marks & Spencer v 25 %. Pouze pětina nakupujících volí specializované fair trade obchůdky, 17,5 % nakupuje bez bližší specifikace jinde a 12,5 % dotázaných nakupuje fair trade produkty na Internetu v e-shopech.

Otázka č. 4 (*Do jakých oblastí byste uvítal/a rozšíření sortimentu fair trade výrobků?*) se podobně jako otázka předchozí zaměřila pouze na obecná zjištění bez zahrnutí konkretizačních faktorů. Téměř 49 % dotázaných by ocenilo rozšíření sortimentu fair trade produktů do oblasti textilu, oděvu, módních doplňků, 42,5 % pak do oblasti kosmetiky a drogistického zboží. Téměř shodnou popularitu mají rukodělné výrobky, dekorace, nábytek (32,5 %) a nápoje včetně alkoholických (30 %). Artikl klíčový pro tuto práci, tedy certifikované řezané květiny, by uvítalo 27,5 % dotázaných. 15 % respondentů neví, 7,5 % z nich by volilo jinou oblast rozšíření.

Otázka č. 5 (*Jaký je hlavní důvod toho, že produkty fair trade nenakupujete?*) přinesla zjištění, že u téměř poloviny respondentů nenakupujících fair trade produkty (46,7 %) je důvodem jejich špatná dostupnost. S odstupem 20 % byla jako další argument uváděna vysoká cena produktů, ve 20 % nspecifikovaný jiný důvod, v 16,7 % pak argument, že dotázaný nemá výrobky vyzkoušené a neví, zda jsou kvalitní. Pro 13,3 % dotázaných nenakupujících je překážkou malý výběr/sortiment nabízených fair trade produktů.

Hodnocení první části dotazníku

Výsledky první části potvrdily, že obecné povědomí o existenci fair trade produktů většina respondentů má, avšak už jen část z nich tyto produkty nakupuje a ještě menší část z těchto nakupujících respondentů nakupuje produkty alespoň pravidelně. Více znají fair trade produkty ženy než muži a nejčastěji se s nimi setkávají mladí lidé ve věkovém rozpětí 19 – 34 let. Nelze však stanovit přesnou závislost nakupování fair trade produktů na příjmových skupinách respondentů, jelikož zjištěná fakta jsou v této oblasti ve vzájemném rozporu, což však může být způsobeno pouze nedostatečným počtem respondentů (na malém výběrovém souboru nelze dokázat patřičné korelace v této oblasti).

5.1.3 Část II. – povědomí o květinovém průmyslu a nákup květin

Výsledky druhé část dotazníku, jenž se zaměřila na povědomí o současné květinové produkci a na nákup řezaných květin spotřebiteli, vycházejí z dotazníkových otázek 6 až 15 a jsou opět hodnoceny jak obecně, tak v některých případech ve vztahu k určitým konkrétním otázkám.

Otázka č. 6 (*Jak často průměrně nakupujete řezané květiny během roku?*) byla otázkou zahajující blok na téma nákupu řezaných květin spotřebiteli. V obecném hodnocení bylo zjištěno, že téměř 51 % dotázaných nakupuje řezané květiny pouze zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce), druhou nejčastější odpovědí pak byla odpověď příležitostně (méně často než 1x za 3 měsíce, ale častěji než 1x za 14 dní) ve 34,1 % případů. Naopak pouze 1,12 % respondentů nakupuje řezané květiny pravidelně (nejméně 1x týdně) a 6,2 % dotázaných často (2x až 4x do měsíce). Téměř 8 % dotázaných pak řezané květiny nekupuje vůbec.

Pokud se u této otázky zaměříme na strukturu respondentů dle pohlaví, zjistíme, že malé procento respondentů květiny pravidelně nakupujících jsou výhradně ženy, v kategorii nakupujících květiny často jsou ženy zastoupeny 7,6 %, muži jen 3,3 %. To, že ženy obecně více nakupují řezané květiny než muži potvrzuje i fakt, že pouhých 5 % žen nenakupuje květiny vůbec, avšak u mužů je v této kategorii zastoupeno více než 13 % respondentů.

Otázka č. 7 (*Jaké řezané květiny nakupujete nejčastěji?*) potvrdila předpoklad vysoké obliby růží. Ty zvolilo jako jednu z nejčastěji nakupovaných květin téměř 60 % dotázaných. Na druhém místě se umístily sezónní jarní květiny s téměř 40 %, za nimi gerbery s 27,3 %. Více než 26 % dotázaných pak květiny nenakupuje podle druhu – to jsou především ti spotřebitelé, jež nakupují květiny impulzivně a rychle a o jejich výběru dlouhou dobu nepřemýšlí. Téměř 17 % dotázaných dále nakupuje sezónní letní květiny, 15,2 % exotické květiny jako jsou orchideje či strelície. Klesá obliba karafiátů, jež zvolilo pouze necelých 10 % respondentů. Za nimi se umístily již jen chryzantémy s 8,5 % a 3 % dotázaných nakupuje navíc jiné, nespecifikované květiny.

Otázka č. 8 (*Kde nejčastěji nakupujete řezané květiny?*) ukázala, že nejčastějším místem nákupu řezaných květin jsou klasická květinářství, které při svých nákupech volí 87,3 % dotázaných. Přestože v super/hypermarketech nebyly ještě před 10 lety řezané květiny téměř k dostání, současně více 20,6 % respondentů toto místo volí právě k nákupu řezaných květin. 14,6 % dotázaných nakupuje někdy ve stáncích na ulici či u metra a jeden respondent nakoupil řezané květiny jinde.

Přestože by se dalo očekávat, že v super/hypermarketech nakupují řezané květiny především respondenti z nižších příjmových skupin vzhledem k nižším cenám řezaných květin na tomto prodejní místě, není tomu tak. Paradoxně nejčastěji nakupují v super/hypermarketech řezané květiny dvě nejvyšší sledované příjmové skupiny. Respondenti ze skupiny nad 15.000,- Kč jsou zastoupeni v nakupování v supermarketech 38,2 %, skupiny 10.001 – 15.000 Kč pak 41,2 %. Naopak nejnižší příjmová skupina, tedy do 5.000,- Kč měsíčně, zde reprezentuje pouze 5,9 %.

Otázka č. 9 (*Víte o tom, že téměř všechny nesezónní řezané květiny (růže, karafiáty atd.) pochází z rozvojových zemí a v ČR ani v celé Evropě se prakticky nepěstují?*) potvrdila předpoklad autorky, že většina dotázaných o této problematice neví – Ne odpovědělo celkem 64,3 % dotázaných, Ano 35,7 %.

Pokud se zaměříme na povědomí o produkci řezaných květin ve vztahu k pohlaví respondentů, výsledky jsou podobné jako u setkání se s fair trade produkt – i zde je vyšší povědomí dosaženo u žen. Konkrétně 38,7 % žen toto povědomí má, avšak u mužů je to pouze 30 % dotázaných.

Otázka č.10 (*Pokud byste věděl/a, že většina nesezónních květin pochází z rozvojových zemí, ovlivnilo by to Váš nákup řezaných květin?*) přinesla informaci, že povědomí spotřebitelů o původu některých řezaných květin by na ně vliv spíše nemělo. Téměř 54 % odpovědělo Ne, 21,7 % neví a jen 24,4 % dotázaných by bylo po zjištění této informace při svém nákupu ovlivněno.

Otázka č. 11 (*Víte o tom, že transport řezaných květin letadly z rozvojových zemí má negativní ekologické dopady a producenti květin nemají zaručeno dodržování pracovního práva a ochrany zdraví?*) rozvinula otázku č. 9 a bylo předpokládáno, že její hodnocení bude podobné, spíše s nižším skóre informovaných respondentů. To se potvrdilo, jelikož i zde nemají povědomí přibližně dvě třetiny respondentů (37,4 % odpověď Ano, 62,6 % odpověď Ne).

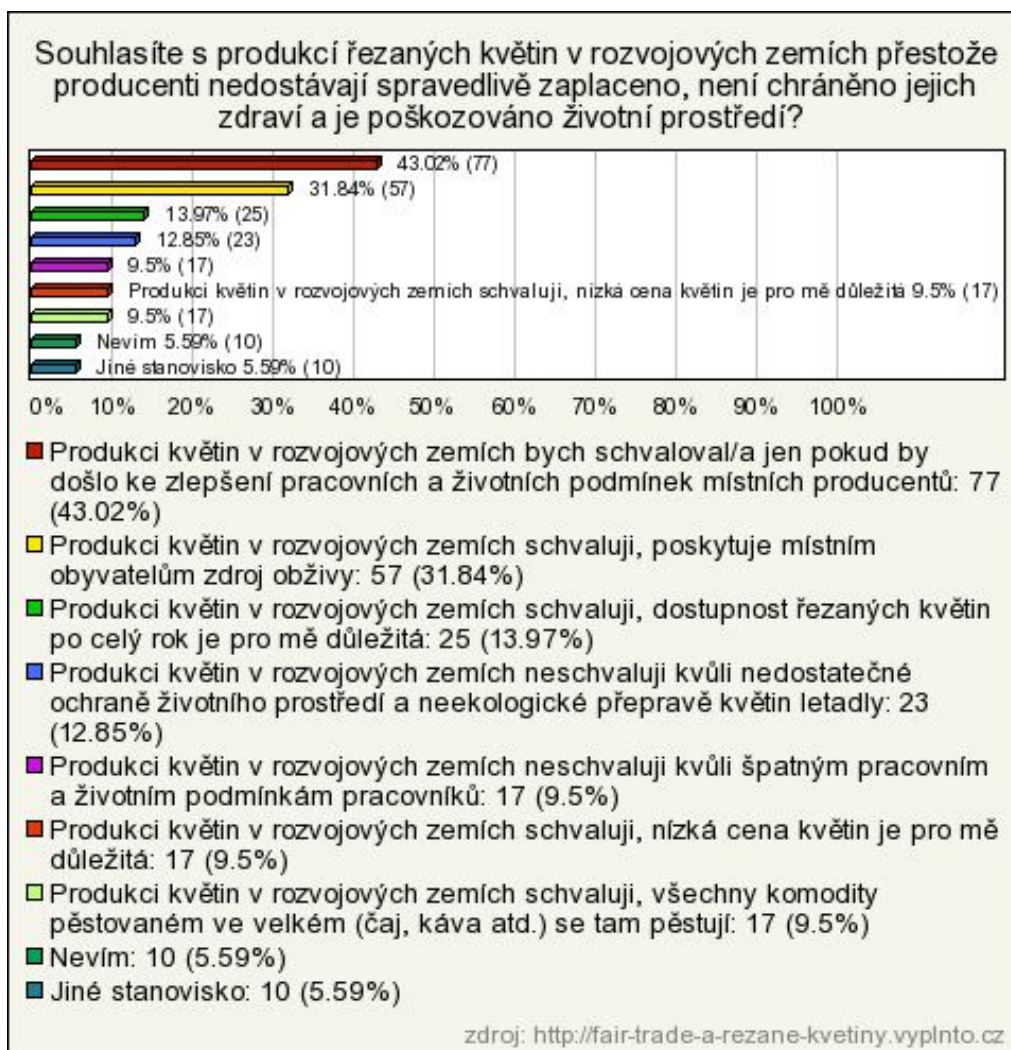
Podobně i zde byla zaměřena pozornost na povědomí mezi ženami ve srovnání s muži. Bylo zjištěno vyšší povědomí žen, ze kterých odpověď Ano volilo 40,3 % dotázaných, u mužů mělo povědomí jen 31,7 % dotázaných.

Otázka č. 12 (*Pokud byste věděl/a, že transport řezaných květin má negativní ekologické dopady na ŽP a podmínky pracovníků v květinovém průmyslu v rozvojových zemích jsou velmi špatné, ovlivnilo by to Váš nákup řezaných květin?*) rozvíjí otázku podobně jako tomu bylo u otázek č. 9 a č. 10. Výsledky této otázky jsou však již od výsledků otázky č. 10 dosti odlišné, jelikož téměř 36 % dotázaných by bylo po daném zjištění při svém nákupu ovlivněno. 33,9 % dotázaných by však zjištěné informace neovlivnily a 30,4 % respondentů neví.

Otázka č. 13 (*Souhlasíte s produkcí řezaných květin v rozvojových zemích, přestože producenti nedostávají spravedlivě zapláceno, není chráněno jejich zdraví a je poškozováno životní prostředí?*) nabízela respondentům několik možných stanovisek, z nichž mohli zvolit libovolný počet těch jim nejbližších. Nejčastěji (43 % případů) se respondenti chýlili ke stanovisku „Produkci květin v rozvojových zemích bych schvaloval/a jen pokud by došlo ke zlepšení pracovních a životních podmínek místních producentů“. To potvrzuje, že pokud jsou dotázaným předloženy informace o podmínkách současné produkce řezaných květin v rozvojových zemích, lidé tento současný stav v nezměněné formě neakceptují.

Druhé nejčastěji volené stanovisko (31,8 případů) vyjadřuje schvalování květinové produkce v rozvojových zemích respondenty, jelikož toto odvětví oprávněně považují za zdroj obživy místního obyvatelstva. Jaká další stanoviska respondenti zaujali ukazuje následující graf 2:

Graf 2: Stanoviska týkající se produkce řezaných květin v rozvojových zemích



Otázka č. 14 (Pokud byste měl/a možnost kupovat takové řezané květiny, které svým pěstitelům zaručují lepší pracovní a životní podmínky a jsou ohleduplné k životnímu prostředí, nakupoval/a byste je spíše než běžné květiny?) je přípravou k sérii otázek zaměřených na přijetí případné certifikované produkce. Zde bylo zjištěno, že pokud by měli dotázaní možnost kupovat květiny produkované za lepších podmínek, 65,4 % z nich by tak pravděpodobně učinilo na úkor běžné produkce, dalších 26,8 % neví a pouze 7,8 % dotázaných by takovéto květiny na rozdíl od běžných řezaných květin spíše nenakupovalo.

Hodnocení druhé části dotazníku

Otázky týkající se obecně nákupu řezaných květin potvrdily především fakt, že nákup řezaných květin v ČR ještě není takovou samozřejmostí jako v některých jiných evropských zemích, např. ve Švýcarsku, Norsku či Nizozemí. Více než 50 % respondentů nakupuje květiny méně často než 1x za čtvrt roku, 34 % respondentů pak nakupuje sice častěji než za čtvrt roku, ale méně často než za 14 dní. Toto je důkazem, že Češi nakupují květiny spíše nepravidelně a za účelem darování nežli pravidelného zpříjemnění domácího či pracovního prostředí. Navíc téměř 8 % dotazovaných řezané květiny nekupuje vůbec. Faktem zůstává, že častějšími nákupčímí řezaných květin v ČR jsou ženy.

Podle tradičních zvyklostí jsou nejčastěji nakupovány růže (u více než 59 % kupujících), dále sezónní jarní květiny a gerbery. Celých 26 % kupujících respondentů však nenakupuje květiny podle druhu.

Nejčastějším místem nákupu řezaných květin jsou klasická květinářství s více než 87 % nakupujících respondentů. Levné květiny ve výhodných baleních však přilákaly více než 20 % nakupujících respondentů do super- a hypermarketů (zde však nelze prokázat souvislost preference levných květin u nejnižších příjmových skupin respondentů), téměř 15 % nakupujících volí stánky na ulici či u metra.

Co se týče povědomí o současném květinovém průmyslu, zajímavá zjištění přinesly otázky č. 9 až č. 14. Téměř dvě třetiny respondentů nemají povědomí o tom, odkud pochází téměř veškerá produkce nesezónních řezaných květin na evropském trhu. Pokud by tuto informaci nevědomí spotřebitelé měli, v téměř 54 % případů by stejně jejich nákup neovlivnila a 24,4 % neví, zda by tato informace na ně měla vliv. Zajímavé je však rozvinutí otázky do oblasti ekologických dopadů transportu řezaných květin a práv producentů. Povědomí o této problematice (62,5 % povědomí nemá) je velmi podobné jako u otázky č. 9, avšak u neznalých by v případě informovanosti byla reakce odlišná než u otázky č. 10. Pokud by totiž informace znali, v téměř 38 % by to jejich nákup řezaných květin ovlivnilo, přes 30 % pak neví. U obou těchto otázek (č. 9 a č. 11) se také potvrdilo vyšší povědomí žen než mužů.

Při nabídnutí stanovisek ohledně současných vlivů květinového průmyslu na životní prostředí a podmínky producentů mohli respondenti zvolit libovolný počet výroků. Nejčastěji (43 %) byl volen výrok, ve kterém by respondenti schvalovali současnou produkci květin v rozvojových zemích jen pokud by došlo ke zlepšení podmínek. Téměř 32 % respondentů schvaluje současnou produkci řezaných květin

jako zdroj obživy pro místní obyvatelstvo, což je pádným argumentem. Pro 14 % respondentů je důležitá dostupnost řezaných květin po celý rok, pro 9,5 % pak nízká cena. Pokud by respondenti měli možnost nakupovat řezané květiny produkované za lepších podmínek, dle průzkumu by tuto produkci upřednostnili ve svém nákupu ve více než 65 % případů, téměř 27 % respondentů neví. Otázkou však zůstává, zda by se tato teoretická odpověď promítla i do reálného nákupního chování dotázaných.

5.1.4 Část III. - informovanost a poptávka po certifikovaných květinách

Výsledky třetí části dotazníku, která se již konkrétně zaměřila na informovanost o certifikovaných květinách a případném kupním chování při jejich dostupnosti na českém trhu, vychází z celkem 6 dotazníkových otázek (č. 14 až 20). Podobně jako dvě části předchozí jsou i zde otázky hodnoceny jak z obecného hlediska, tak ve vztahu k vybraným konkretizačním otázkám.

Otázka č. 15 (*Setkal/a jste se někdy s Fairtrade® nebo FLP (Flower Label Program) certifikovanými řezanými květinami?*) potvrdila, že procento respondentů znalých certifikovaných květin bude značně menší než procento respondentů znalých fair trade produktů. S Fairtrade® či FLP certifikovanými řezanými květinami se setkalo celkem 11,2 % dotázaných, konkrétně 8,4 % v médiích či v tisku v ČR, 2,2 % osobně v zahraničí a 0,6 % v Ekumenické akademii Praha. 86,6 % respondentů se s takovými květinami nikdy neseťkalo a zbylých 2,2 % respondentů uvedlo specifickou odpověď, jež nelze zařadit ani do jedné z výše uvedených.

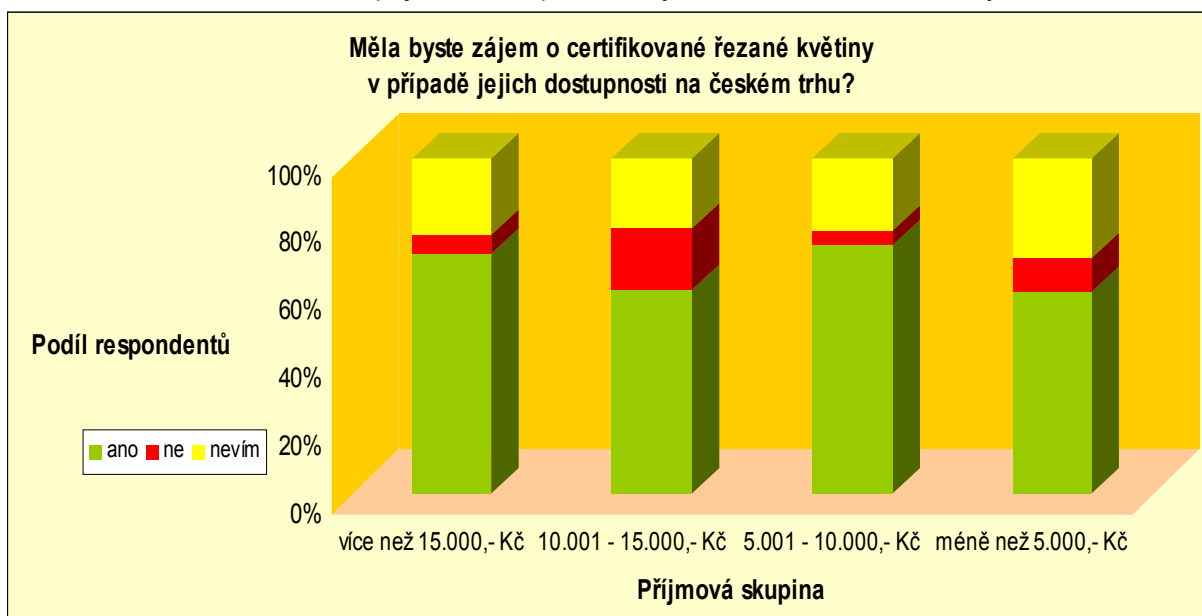
Co se týče zohlednění mužů a žen v této otázce, opět i zde je skóre příznivější pro ženy, podobně jako u setkání se s fair trade obecně či povědomím o původu řezaných květin. Celkem 13,8 % žen se již někdy s certifikovanými květinami setkalo, mužů jen 6,8 %.

Pokud se zaměříme na věkovou strukturu respondentů, nejčastěji se s certifikovanými květinami setkávaly osoby ve věku 35 – 49 let (23,5 % z nich), naopak nejméně ve věku do 18 let (žádný respondent) a 19 – 24 let (7,6 % z této skupiny). Na rozdíl od fair trade produktů obecně je zde více znalých respondentů ve vyšší věkové kategorii, avšak s certifikovanými květinami se setkalo tak málo osob, že tyto zjištěné souvislosti nelze považovat za příliš adekvátní.

Otázka č. 16 (*Certifikované Fairtrade® a FLP květiny zaručují dobré pracovní a životní podmínky producentům řezaných květin a ochranu životního prostředí. Měl/a byste zájem o takovéto květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu?*) se již plně zaměřila na zájem respondentů o potenciální certifikovanou květinovou produkci. V celém souboru respondentů by více než dvě třetiny dotázaných měly zájem o certifikované řezané květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu. Pouze 10 % by tyto květiny neupřednostnilo a 22,4 neví.

V této otázce se přímo nabízí posouzení závislosti zájmu o certifikované květiny na příjmové skupině respondentů, jelikož lze předpokládat, že respondenti s vyšším příjmem budou mít o certifikované květiny vyšší zájem z toho důvodu, že jim nebude v nákupu bránit případná mírně vyšší cena tolik jako respondentům v nižších příjmových skupinách. Jaké výsledky toto srovnání přineslo uvádí graf 3:

Graf 3: Souvislost mezi příjmovou skupinou a zájmem o certifikované květiny



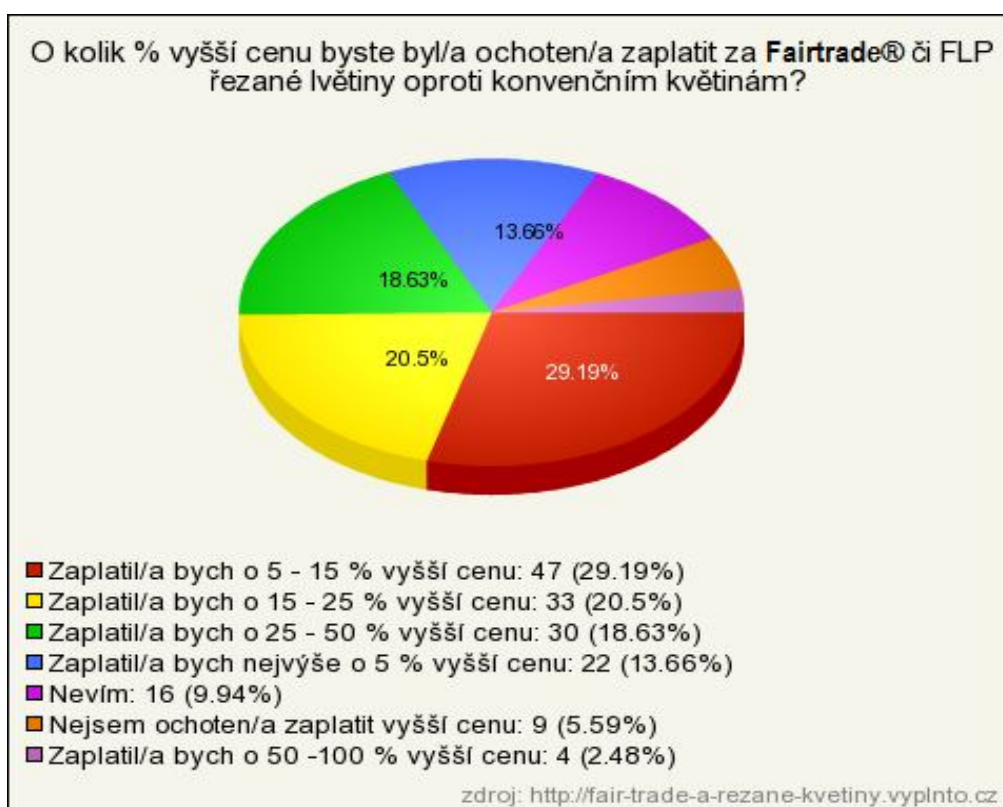
Zdroj: <http://fair-trade-a-rezane-kvetiny.vyplnto.cz>; vlastní tvorba autorky

Pro příjmovou skupinu nad 15.000,- Kč platí, že 71,2 % respondentů by v případě dostupnosti certifikovaných květin na českém trhu tyto květiny kupovalo, v příjmové skupině 10.001 – 15.000,- Kč toto procento klesá na 60,7 %, avšak ve skupině 5.001 – 10.000,- Kč opět roste až na 73,8 % respondentů. Nejvyšší procento respondentů nemajících zájem o certifikované květiny je v příjmové skupině 10.001 – 15.000,- Kč (18 %), 6,1 % pak v první příjmové skupině, 4,8 % v druhé a 10 % v poslední příjmové skupině. Je zřejmé, že závislost na příjmu zde není

jednoznačná – vysoké procento respondentů majících zájem o koupit certifikovaných květin je jak v nejvyšší, tak i v druhé nejnižší příjmové kategorii a naopak velký podíl respondentů nemajících zájem je v relativně dobře situované druhé kategorii.

Otázka č. 17 (*O kolik % vyšší cenu byste byl/a ochoten/a zaplatit za Fairtrade® či FLP řezané květiny oproti konvenčním květinám?*) je další otázkou, u níž se nabízí zkoumaná souvislosti mezi ochotou akceptovat vyšší cenu květin a příjmovou skupinou. Co se však nejprve týče obecného hodnocení bez ohledu na příjem, dotázaní by byli ochotni za certifikované květiny zaplatit jednotlivé částky (odstupňované po intervalech) dle následujícího grafu:

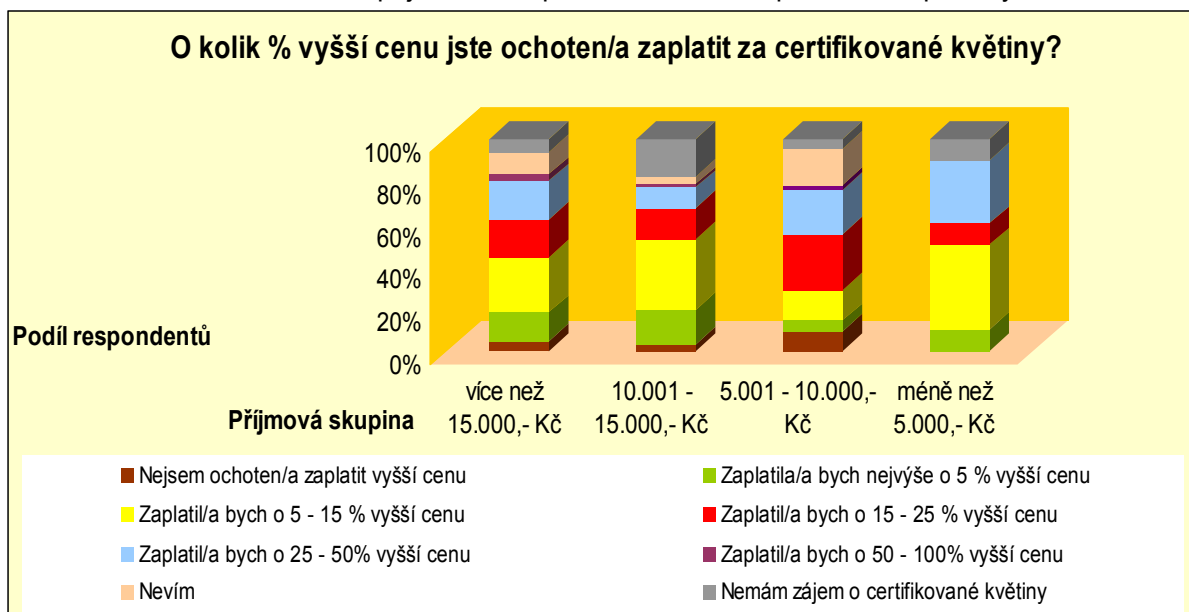
Graf 4: Ochota respondentů zaplatit vyšší částku za certifikované květiny



Nejčastěji by dotázaní byli za certifikované řezané květiny ochotní zaplatit o 5 – 15 % vyšší cenu než za běžné květiny (29,2 % dotázaných). Více než pětina dotázaných by zaplatila 15 -25 % ceny navíc, téměř 19 % osob by zaplatilo dokonce 25 – 50 % z ceny navíc. 5,6 % dotázaných není ochotno zaplatit vyšší cenu.

Zmíněnou souvislost ochoty zaplatit více s příjmovými skupinami uvádí graf 5:

Graf 5: Souvislost mezi příjmovou skupinou a ochotou respondentů zaplatit vyšší cenu



Zdroj: <http://fair-trade-a-rezane-kvetiny.vyplnto.cz>; vlastní tvorba autorky

Dalo by se předpokládat, že lidé ve vyšších příjmových skupinách budou ochotni za certifikované květiny připlatit více. Avšak není tomu tak zcela, jelikož rozložení ochoty připlatit dané % ceny je v příjmových kategoriích velmi nepravidelné. Zatímco v nejvyšší příjmové kategorii by nejvíce respondentů (25,8 %) připlatilo o 5 -15 % vyšší cenu, v příjmové kategorii 10.001 – 15.000,- Kč by tuto cenu připlatilo 32,8 % respondentů a v kategorii 5.001 – 10.000,- Kč by nejvíce respondentů (26,2 %) připlatilo dokonce o 15 – 25 % vyšší cenu. Je zajímavé, že v součtu respondentů ochotných připlatit jakoukoliv částku se takovýchto vyskytuje nejvíce v nejnižší příjmové kategorii (90% %) oproti 78,8 % u nejvyšší příjmové kategorie, 75,4 % u druhé kategorie a 69,1 % u třetí kategorie. Je však pravdou, že nejnižší příjmová kategorie je zastoupena pouze 10 respondenty.

Otázka č. 18 (*Kam byste chodil/a pravděpodobně nejčastěji nakupovat Fairtrade® či FLP květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu?*) z části korespondovala s otázkou č. 8 týkající se místa nákupu řezaných květin obecně. V případě certifikovaných řezaných květin by je dotazovaní pravděpodobně nejčastěji nakupovali v tradičních květinářstvích (73,9 % dotázaných), což otázce č. 8 odpovídá, avšak na druhém místě by se neumístily super/hypermarkety, ale specializované fair trade obchůdky (27,3 %). To je odpovídající skutečnost vzhledem k charakteru produktu. Návštěvníci super/hypermarketů by jim však zůstali věrni

v 21,1 % případech, 14,9 % dotázaných by i certifikované květiny kupovalo ve stáncích na ulici či u metra, pokud by zde byly dostupné.

Otázka č. 19 (*O které certifikované řezané květiny byste měl/a zájem v případě dostupnosti Fairtrade® či FLP květin na českém trhu?*) se s podobnou otázkou zaměřenou na nákup řezaných květin dle druhu obecně (otázka č. 7) shoduje ve velké oblibě růží, jež by v certifikované podobě nakupovalo 46,6 % dotázaných.

Na druhém místě se však na rozdíl od otázky č. 7 neumístily sezónní jarní květiny, ale jakékoliv certifikované řezané květiny bez ohledu na druh. Toto lze očekávat, jelikož za prvé sezónní jarní květiny pochází z evropské produkce a certifikace se jich tedy netýká a za druhé, u certifikovaných květin budou spotřebitelé více dbát na etický a ekologický rozměr svého nákupu a méně již na výběr druhu květiny. I přes tento fakt si však zmíněné růže zachovávají jednoznačné prvenství. Dalších 23,6 % dotázaných by nakupovalo exotické řezané květiny, 17,4 % lilie či lisianthus, 12,4 % karafiáty a 6,8 % jiné řezané květiny.

Otázka č. 20 (*Z jakého důvodu byste neměl/a zájem o Fairtrade® či FLP řezané květiny?*) je poslední otázkou dotazníku a vztahuje se pouze na tu část dotázaných, jenž by o certifikované květiny zájem neměla. Nejčastěji uváděným důvodem pro tuto skutečnost je vyšší cena certifikovaných květin (38,9 % dotázaných s zájmem o certifikované květiny). Dalším důvodem je skutečnost, že dotazovaný řezané květiny vůbec nekupuje (27,8 % z těchto respondentů). Ostatní důvody pak byly zastoupeny pouze po jednom respondentovi, tudíž nemá smysl je zde dále hodnotit.

V této souvislosti by se mohlo nabízet provedení zjištění závislosti na příjmové skupině a nezájmu o certifikované květiny z důvodu vyšší ceny (očekávali bychom, že vyšší cena bude překážkou především pro dotázané z nižších příjmových skupin). Avšak vzhledem k velmi malému počtu respondentů, jež o potenciální certifikované řezané květiny neprojevili zájem, nelze tyto závislosti zkoumat, jelikož by byly zcela nevypovídající. Proto lze na uvedenou souvislost spíše pouze usuzovat.

Hodnocení třetí části dotazníku

Tato část zabývající se informovaností o certifikovaných řezaných květinách a poptávce po nich v případě existence na českém trhu přinesla především zjištění, že téměř 87 % respondentů se nikdy nesetkalo s Fairtrade® či FLP certifikovanými květinami, 8,4 % dotázaných tyto certifikáty zaregistrovalo v českých médiích či tisku.

Potěšující je, že více než dvě třetiny dotazovaných by dle průzkumu měly zájem o Fairtrade® či FLP řezané květiny v případě jejich dostupnosti, pouze 10 % by zájem nemělo. Důležitým faktorem při rozhodování o koupi květin je však cena. Co se týče ochoty připlatit za ekologický a sociální rozměr řezaných květin, největší část respondentů (přes 29 %) majících zájem o certifikované květiny by bylo ochotno zaplatit o 5 -15 % vyšší cenu, o 15 – 25 % vyšší cenu by zaplatilo 20,5 % příznivců certifikovaných květin, 25 – 50 % by dle průzkumu zaplatilo téměř 19 % z nich.

V případě dostupnosti certifikovaných květin by jejich příznivci chodili nakupovat v téměř 74 % případů do klasických květinářství, v 27,3 % do specializovaných fairtradových obchůdků, ve 21,1 % do super a hypermarketů. Mezi favority v případném nákupu certifikovaných květin by patřily růže (u 46,6 % respondentů nakloněných koupi certifikovaných květin), avšak celých 41 % těchto dotázaných by mělo zájem o jakékoliv řezané květiny pokud budou certifikované. Jako jednoznačnou volbu pro dovoz certifikovaných květin lze doporučit právě růže.

Respondenti, kteří by zájem o certifikované květiny neměli, mohli vybrat z nabízených důvodů či specifikovat vlastní postoj. Téměř 39 % z nich květiny odmítá z důvodu očekávané vysoké ceny, 27,8 % potom řezané květiny nekupuje vůbec. Ostatní odmítající respondenti vyjádřili v 6 případech své specifické důvody jako je lhostejnost či obava z nedůvěryhodnosti certifikačních systémů.

5.1.5 Celkové hodnocení průzkumu

Co se týče celkového hodnocení průzkumu, lze na tomto místě zmínit obecné statistické údaje o respondentech, jenž mohou mít na získané výsledky vliv. Prvním hodnoceným faktorem bylo pohlaví. Průzkumu se zúčastnilo celkem 66,5 % žen, 33,5 % mužů, přičemž vyšší podíl žen nebyl docílen účelně, avšak zcela náhodně.

Věkové kategorie byly zastoupeny především skupinou 19 – 24 let (44 % respondentů) a 25 – 34 let (38 % respondentů), dále pak 35 – 49 (11 % dotázaných). Toto je způsobeno především faktem, že dotazník byl distribuován a zveřejněn elektronicky – nejčastěji se vyskytující věkové skupiny jsou typické pravidelným

využíváním informačních a komunikačních technologií a rovněž šíření dotazníku bylo možné jen omezenému okruhu respondentů, jenž byli právě v daných skupinách.

Průměrný čistý měsíční příjem respondentů byl pro snadnější interpretaci rozdělen pouze do čtyř základních kategorií. Tyto jsou reprezentovány rovnoměrně (nejvyšší příjmová kategorie 36,9 % respondentů, druhá příjmová kategorie 34,1 % respondentů, třetí kategorie 23,5 % respondentů), s nižším podílem nejnižší příjmové kategorie (5,6 %). Toto autorka vysvětluje tím, že dotazník byl primárně vyplňován lidmi často využívajícími ICT. Lze předpokládat, že v příjmové kategorii do 5.000,- Kč bude vybavenost ICT v domácnostech nižší než u domácností s vyššími příjmy.

Průzkum přinesl jak obecné výsledky, tak i souvislosti ve vztahu k určitým skupinám respondentů. Například otázka setkání s fair trade vystupuje ve prospěch žen, kterých se s FT setkalo 65 % oproti 53,3 % mužů, stejně tak otázka č. 15 (setkání s certifikovanými květinami), kdy se s nimi setkalo 13,8 % žen oproti 6,8 % mužů. Ženy měly i vyšší informovanost o původu řezaných květin oproti mužům (otázky č. 9 a č. 11).

Zajímavé bylo i sledování závislosti zájmu respondentů o certifikované květiny a ochoty zaplatit za ně vyšší cenu s ohledem na příjmovou skupinu respondentů. Přestože nebyly závislosti prokázány jednoznačně, z uvedeného lze vyvodit, že jistým způsobem může ochota spotřebitelů připlatit za certifikované květiny záviset na jejich příjmu, avšak větší roli budou hrát osobní preference. Především pak důraz a zájem jednotlivce na ekologických či sociálních rozměrech nákupu, jež se v současné době dostávají pomalu ale jistě do popředí a začínají mnohdy převažovat před pouhým rozhodováním o koupi dle nejnižší ceny.

Obecně lze říci, že povědomí o existenci produktů fair trade je v ČR vysoké, ale nákup těchto produktů je uskutečňován spíše okrajově a mnohdy mimoděk (např. v obchodech zdravé výživy spotřebitel zakoupí čokoládu za účelem její bio kvality a kvalita fair trade je pak jakýmsi nevědomým bonusem). Rozšíření produktů fair trade do nových oblastí by spotřebitelé uvítali spolu s vyšší dostupností produktů.

Co se týče povědomí o květinovém průmyslu, bylo potvrzeno, že přibližně dvě třetiny spotřebitelů mají v této oblasti velmi málo znalostí – bohužel neznají informaci, že prakticky veškerá produkce nesezónních řezaných květin nepochází z evropských zdrojů a je transportována z rozvojového světa. Mimo to bylo potvrzeno, že Češi

stále nepovažují nákup řezaných květin za něco samozřejmého a nákup květin probíhá spíše zřídka, maximálně příležitostně.

Většina respondentů se po zjištění některých informací ohledně květinového průmyslu pravděpodobně nad těmito fakty pozastavila, což dokládají výroky shrnující jejich stanoviska ke květinové produkci. Více než 43 % respondentů přijde současný stav nepřijatelný, avšak téměř 32 % produkci květin v rozvojových zemích logicky schvaluje jako zdroj obživy místních obyvatel. Přestože se respondenti s certifikovanými květinami téměř nesetkali, dvě třetiny z nich projevily o tyto květiny v případě jejich dostupnosti na trhu zájem.

Dle průzkumu by byla téměř polovina respondentů ochotna zaplatit za tyto květiny od 5 do 25 % ceny navíc, což se zdá dobrým výsledkem. Nelze ale zapomínat, že hlavní překážkou certifikovaných květin na českém trhu je velmi nízké povědomí a tím způsobená neexistence poptávky. Proto i kdyby byl informovaný spotřebitel za květinu ochoten zaplatit až o čtvrtinu vyšší cenu, je takto informovaných lidí současně velmi málo a je tak nutné nejdříve informace a povědomí rozšířit mezi všechny potenciální kupující. Otázkou také zůstává, kolik teoretických zájemců a příznivců certifikovaných květin by tyto květiny v realitě opravdu vyhledávalo a posléze zakoupilo.

5.2 Průzkum mezi spotřebiteli při testovacím prodeji fair trade růží

Spotřebitelé vytvářející svým nákupním chováním poptávku po určitých produktech jsou pro tuto diplomovou práci spolu s maloobchodními prodejci klíčoví.

V předchozí kapitole byl věnován prostor komplexnímu průzkumu mezi spotřebiteli, kteří neměli žádný konkrétně definovaný vztah k fair trade produktům – byli vybráni zcela náhodně. Avšak pro tuto diplomovou práci bylo využito i speciální příležitosti jednorázového testovacího prodeje fair trade růží, kterým byl uskutečněn průzkum mezi návštěvníky specializovaného fair trade obchůdku v den jejich prodeje. Následující kapitola se věnuje výstupům z tohoto jednorázového cílenému průzkumu.

5.2.1 Cíl průzkumu a metodika

Cílem průzkumu provedeného mezi spotřebiteli – návštěvníky fair trade obchůdku Fair & Bio (provozovaného Ekumenickou akademií Praha) bylo zjistit jak několik obecných informací ohledně nákupu fair trade produktů, tak prověřit povědomí a zájem těchto osob o certifikované Fairtrade® či FLP certifikované

květiny. Byl rovněž sledován i fakt, zda si respondent v daný den zakoupil nabízenou fair trade růži při této speciální příležitosti.

Metodika průzkumu spočívá v provedení jednorázového dotazníkového šetření, jehož nástrojem je osobně distribuovaný a v prodejně Fair&Bio respondenty ihned vyplňovaný dotazník (viz Příloha č. 5).

Dotazník, návratnost, respondenti

Vlastní dotazník sestává z 11 logicky návazných, uzavřených, resp. polozavřených otázek a je rozdělen do dvou dílčích oblastí. Část věnovaná tématu nákupu fair trade produktů je tvořena 3 otázkami a část zaměřená na certifikované řezané květiny je tvořena 8 otázkami. Rozlišující otázky nebyly v tomto případě sledovány (věk, pohlaví atp.), jelikož v tak malém vzorku respondentů, který byl během jednorázového průzkumu získán, by zjištěné závislosti neměly dostatečnou vypovídací hodnotu. Autorkou byl sledován údaj, zda si respondent při návštěvě fair trade obchůdku zakoupil certifikovanou růži – tento údaj nebyl zařazen do dotazníku.

Dotazník byl osobně distribuován všem návštěvníkům prodejny Fair & Bio na Praze 8 během pondělí 14.2.2011 v čase mezi 11.00 a 19.00. Návratnost dotazníků byla 64,5 %, z 31 oslovených osob jej vyplnilo celkem 20 respondentů.

Respondenti nebyli selektováni podle žádných specifických podmínek, byli osloveni kompletně všichni příchozí návštěvníci prodejny. Co se týče oslovených osob, jež dotazník nevyplnily, důvodem byl ve všech případech nedostatek časových možností. Během průzkumu tak bylo shromážděno celkem 20 řádně vyplněných dotazníků vhodných ke zpracování a hodnocení.

Vzhledem k menšímu počtu respondentů (20) a snadnému přepočtu výsledků na % (1 respondent = 5 % u základních otázek) není v následujících částech použito grafů, ale jsou uvedeny konkrétní přepočtené výsledky uváděné v %. Pro přehlednost jsou u obou částí nejdříve uvedeny posloupně otázky (znění) včetně jejich odpovědí, až poté za jejich výčtem následuje souhrnné hodnocení pro danou část dotazníku.

5.2.2 Část I. – poptávka po fair trade produktech

Otázka č. 1 (Setkal/a jste se již dříve s produkty fair trade)

| | |
|-----|------------------|
| Ano | 90 % respondentů |
| Ne | 10 % respondentů |

Otázka č. 2 (Jak často navštěvujete specializované FT obchůdky za účelem nákupu?)

| | |
|--|------------------|
| Pravidelně (nejméně 1x týdně) | 6 % respondentů |
| Často (2x až 4x do měsíce) | 17 % respondentů |
| Příležitostně (1x za 14 dní až 1x za 3 měsíce) | 44 % respondentů |
| Zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce) | 28 % respondentů |

Otázka č. 3 (Nakupujete FT produkty i jinde než ve specializovaných obchůdcích?)

| | |
|---|------------------|
| Ano, v super či hypermarketu | 11% respondentů |
| Ano, v obchodech zdravé výživy, biopotravin | 50 % respondentů |
| Ano, v obchodních řetězcích (DM, M&S) | 56 % respondentů |
| Ano, přes Internet (v e-shopech) | 17 % respondentů |
| Ne, jinde tyto produkty nenakupují | 22 % respondentů |

Hodnocení první části dotazníku

Tato část dotazníku byla velmi stručná a potvrdila informace předem předpokládané. 90 % respondentů se s produkty fair trade před svou návštěvou obchůdku již setkala a většina dotázaných volila v případě otázky na frekvenci návštěv fair trade obchůdků za účelem nákupu možnost „příležitostně“ (44 %), dále pak zřídka. Pouze 23 % respondentů navštěvuje tyto obchůdky častěji než 1x za 14 dní. Kromě tohoto prodejního místa celých 50 % respondentů produkty nakupuje v prodejnách zdravé výživy, 56 % pak v obchodních řetězcích jako DM drogerie či Marks & Spencer. Nejméně jsou mezi prodejními místy zastoupeny super a hypermarkety (11 % kupujících).

5.2.3 Část II. – povědomí a poptávka po certifikovaných květinách

Tato část zaujímala větší podíl dotazníku, jelikož téma řezaných květin bylo vodícím faktorem prováděného výzkumu. Zjištěné výsledky jsou následující:

Otázka č. 4 (Setkal/a jste se někdy s fair trade řezanými květinami?)

| | |
|--------------------------------|------------------|
| Ano, v médiích či v tisku v ČR | 20 % respondentů |
| Ano, osobně v zahraničí | 5 % respondentů |
| Ne, nestekl/a jsem se | 75 % respondentů |

Otázka č. 5 (Měla byste zájem o fair trade certifikované řezané květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu?)

| | |
|-----|------------------|
| Ano | 95 % respondentů |
| Ne | 5 % respondentů |

Otázka č. 6 (O kolik % vyšší cenu byste byl/a ochoten/a zaplatit za certifikované květiny oproti konvenčním květinám?)

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Zaplatil/a bych o 25 -50 % více | 16 % respondentů |
| Zaplatil/a bych o 15 - 25 % více | 21 % respondentů |
| Zaplatil/a bych o 5 - 15 více | 42 % respondentů |
| Zaplatil/a bych nejvýše o 5 % více | 16 % respondentů |
| Nejsem ochoten/a zaplatit více | 5 % respondentů |

Otázka č. 7 (Kam byste nejspíše chodil/a nakupovat certifikované květiny?)

| | |
|------------------------------------|------------------|
| Specializované fair trade obchůdky | 63 % respondentů |
| Klasická květinářství | 68 % respondentů |
| Super a hypermarkety | 26 % respondentů |
| Nevím | 11 % respondentů |

Otázka č. 8 (O jaké certifikované květiny byste měl/a zájem?)

| | |
|---|------------------|
| Růže | 32 % respondentů |
| Karafiáty | 11 % respondentů |
| Lilie, Lisianthus (Eustoma) | 26 % respondentů |
| Exotické - strelcie, orchideje | 21 % respondentů |
| Zájem bych měl/a o jakékoli řezané květiny, pokud budou v kvalitě fair trade | 53 % respondentů |
| Nevím | 11 % respondentů |

Otázka č. 9 *(Jak často byste pravděpodobně kupoval/a certifikované řezané květiny v období od října do února?)*

| | |
|--|------------------|
| Pravidelně (nejméně 1x týdně) | 0 % respondentů |
| Často (2x až 4x do měsíce) | 11 % respondentů |
| Příležitostně (1x za 14 dní až 1x za 3 měsíce) | 79 % respondentů |
| Zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce) | 11 % respondentů |

Otázka č. 10 *(Jak často byste pravděpodobně kupoval/a certifikované řezané květiny v období od března do září?)*

| | |
|--|------------------|
| Pravidelně (nejméně 1x týdně) | 0 % respondentů |
| Často (2x až 4x do měsíce) | 11 % respondentů |
| Příležitostně (1x za 14 dní až 1x za 3 měsíce) | 53 % respondentů |
| Zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce) | 37 % respondentů |

Otázka č. 11 *(Z jakého důvodu byste neměl/a zájem o certifikované řezané květiny?)*

| | |
|--------------------------------------|-------------------|
| Nekupuji řezané květiny (1 dotázaný) | 100 % respondentů |
|--------------------------------------|-------------------|

Hodnocení druhé části dotazníku

Co se týče údajů zjištěných v druhé části dotazníku, podobně jako u komplexního spotřebitelského průzkumu se i zde většina respondentů (75 %) nesetkala s certifikovanými řezanými květinami, avšak 19 z 20 respondentů by o tyto květiny mělo zájem – vysoký zájem plyne především z předpokládaného vyššího zájmu o fair trade u osob, které navštívily fair trade obchůdek.

Největší část zájemců o certifikované květiny by byla ochotna zaplatit za ně o 5 – 15 % více, jen 1 respondent by nebyl ochoten zaplatit více ani o 5 %. Oproti komplexnímu spotřebitelskému průzkumu by v případě návštěvníků fair trade obchůdku zůstala většina (63 %) tomuto prodejnímu místu věrná i v případě nákupu certifikovaných květin, fair trade obchůdky by nepatrně předčila jen klasická květinářství (68 %). Co se týče otázky č. 8, autorka vycházela při sestavení možností z databáze producentů fair trade květin dle FLO, tedy nabízela respondentům reálné možnosti budoucí nabídky certifikovaných řezaných květin. Vynechány byly pouze slunečnice (v ČR jsou k dispozici sezónní domácí), přidány byly exotické květiny.

Podobně jako v komplexním spotřebitelském dotazníku by i zde vítězily kategorie „růže“ a „jakékoli květiny, pokud budou v kvalitě fair trade“. Nízké procento u karafiátů potvrzuje jejich klesající popularitu, tudíž lze předpokládat, že jejich dovoz v kvalitě fair trade by nebyl chytrým tahem, na rozdíl od téměř zaručených růží.

U otázek zaměřených na předpokládanou frekvenci nákupu certifikovaných řezaných květin v zimních měsících a v letních měsících bylo zjištěno, že během celého roku by spotřebitelé kupovali květiny ve většině případů příležitostně, což je v souladu s komplexním spotřebitelským průzkumem. V zimních měsících by pak spotřebitelé nakupovali řezané květiny relativně častěji, jelikož kategorie „příležitostně“ předčí kategorii „zřídka“ větším podílem (podíl kategorií v zimních měsících 79 % vs. 11 % dotázaných, v letních měsících 53 % vs. 37 % dotázaných).

Respondent, který neměl zájem o certifikované řezané květiny v případě jejich dostupnosti v ČR, uvedl jako důvod nezájem o řezané květiny obecně (nenakupuje).

5.2.4 Celkové hodnocení jednorázového průzkumu

V celkovém hodnocení nelze opominout zaznamenaný fakt o prodeji certifikovaných růží v testovací den. Sledovaný jev, zda zakoupil respondent při návštěvě prodejny certifikovanou růži, přinesl následující zjištění:

| | |
|-----|------------------|
| Ano | 55 % respondentů |
| Ne | 45 % respondentů |

Jelikož byl dotazník distribuován všem návštěvníkům prodejny Fair&Bio v daný den, lze usuzovat, výsledky nejsou zkresleny věkem, pohlavím, vzděláním respondentů či jiným faktorem. Co se týče sledování jevu „zakoupení certifikované růže“, k nákupu květiny došlo celkem u 55 % (celkem 11) respondentů. Skóre vyšší než 50 % lze hodnotit jako potěšující.

V celkovém hodnocení byl potvrzen předpoklad, že návštěvníci fair trade obchůdku se již ve většině dříve s fair trade produkty setkali. Rovněž se ukázalo, že většina dotázaných o certifikovaných řezaných květinách nikdy neslyšela, přestože by o ně v případě dostupnosti na českém trhu měli zájem.

Co se týče případného nákupu certifikovaných květin, největší podíl dotázaných by upřednostnil jakoukoliv řezanou květinu pokud by byla v kvalitě fair trade, z konkrétních potom růží – z tohoto lze vyvodit jednoduchý závěr, že růže mohou být vhodnou první vlašťovkou v případě dovozu certifikovaných květin na český trh, jelikož jejich obliba u českých spotřebitelů je stále na vysoké úrovni.

Přesto i v tomto jednorázovém průzkumu, podobně jako v komplexním spotřebitelském průzkumu, respondenti potvrdili nevelkou frekvenci nákupu řezaných, resp. případných certifikovaných květin. To lze označit jako první

problematický bod stojící proti dovozu certifikovaných řezaných květin na český trh – spotřebitelé řezané květiny kupují pouze příležitostně a proto bude o to těžší z této malé části nakupujících vytvořit nakupující se specifickými potřebami (ekologický a sociální rozměr nákupu).

Druhým problémem pro zavedení certifikovaných řezaných květin je pak v souladu s oběma průzkumy nízká informovanost a povědomí o současném květinovém průmyslu, resp. alternativních možnostech v podobě certifikovaných květin. Přestože by dotázaní respondenti po nabídnutí alternativy o tuto projevili zájem, vlastní informovanost a povědomí je na tak nízké úrovni, že samovolná poptávka spotřebitelů po certifikovaných květinách je velmi nízká, lze říci téměř nulová. Je pravdou, že pokud spotřebitelé dostanou správné informace, bude reálné část z nich nasměrovat na nákup certifikované produkce, avšak právě šíření informací a povědomí je nejsložitějším, velmi pracným a dlouhodobým úkolem.

5.3 Průzkum mezi maloobchodními prodejci květin

Obecné povědomí o certifikované květinové produkci mezi maloobchodními prodejci květin vzniká jak samovolně ze strany květinářů, tak je i posilováno některými cílenými aktivitami. Mezi takové aktivity by patřily především činnosti spojené s propagací projektu Fair Flowers – Květiny pro lidská práva, kdy například na Květinářských a floristických dnech 2009 připravila představitelům a zástupcům Svazu květinářů a floristů ČR Ing. Markéta Novotná z Ekumenické akademie Praha přednášku na téma systému fair trade obchodování a pěstování květin v rozvojových zemích (Piková, 2010). Podobnou aktivitou byla tisková konference k témuž projektu konaná 14.2.2011 v prostorách fairtradové prodejny Fair&Bio Ekumenické akademie Praha, již se zúčastnilo 8 žurnalistů. Ti mohou získané informace dále pomocí médií šířit mezi širokou veřejnost a tím tedy i mezi květináře jako takové. [39]

Předchozí kapitoly se zabývaly průzkumem mezi spotřebiteli, kteří na konci kupního řetězce svým nákupem vytváří poptávku po určitých produktech. Neméně důležitou součástí této diplomové práce je však průzkum zaměřený na další článek celého řetězce – maloobchodní prodejce řezaných květin. Pokud bude existovat poptávka u spotřebitelů, obrátí se na maloobchodníky s cílem uspokojit svá přání a potřeby. Existence poptávky je však pro úspěšné zavedení určitého produktu na trh nutná i ze strany maloobchodníků, kteří budou zboží požadovat od dovozců a velkoobchodníků. Proto byl v návaznosti na spotřebitele proveden průzkum právě v sektoru květinářů, jehož hodnocení následuje dále.

5.3.1 Cíl průzkumu a metodika

Cílem průzkumu provedeného mezi maloobchodními prodejci květin je zjistit aktuální stav ve třech oblastech, a to: nákup a prodej řezaných květin, informovanost o původu řezaných květin a povědomí a poptávka po certifikovaných řezaných květinách. Na základě výsledků a vyhodnocení těchto tří oblastí lze učinit určité závěry o současném povědomí o květinovém průmyslu mezi maloobchodníky a o případných možnostech či překážkách realizace certifikovaných řezaných květin.

Metodika průzkumu spočívá v provedení dotazníkového šetření, jehož nástrojem je osobně distribuovaný dotazník (viz Příloha č. 6).

Dotazník, návratnost, respondenti

Vlastní dotazník sestává ze 14 logicky návazných otázek a je komplexně zaměřen na tři výše zmíněné oblasti. Je tvořen ze 14 uzavřených, resp. polouzavřených otázek, přičemž část věnovaná tématu nákup a prodej řezaných květin je tvořena 6 otázkami, část věnovaná informovanosti o původu řezaných květin je tvořena 3 otázkami a část zaměřená na povědomí a poptávku po certifikované květinové produkci je tvořena 5 otázkami.

Dotazník byl v tištěné formě osobně distribuován přímo maloobchodním prodejcům květin v hlavním městě Praha, kteří měli týden k jeho vyplnění – následně byli prodejci opět osloveni a vyplněné dotazníky byly od nich osobně sesbírány. Sběr dat proběhl stejně jako u spotřebitelského průzkumu v období 1.3. – 11.3.2011.

Respondenti byli náhodně vybráni ze všech pražských maloobchodních prodejců květin, jichž je dle internetového katalogu Firmy.cz v Praze celkem 290 (kategorie Prodej květin spadající pod Prodej dárkového zboží v hlavní kategorii Obchody a obchůdky). Snahou autorky bylo postihnout pestré spektrum květinářů co do velikosti prodejny, tak také podle atraktivity lokality a všeobecného geografického rozložení na území hlavního města Prahy. Osloveno bylo celkem 75 maloobchodních prodejců květin (25,9 % ze všech teoreticky možných), přičemž návratnost dotazníků byla 32 %. Pro další zpracování bylo tedy získáno celkem 24 správně vyplněných dotazníků.

5.3.2 Část I. – nákup a prodej řezaných květin

První část dotazníku je představována otázkami č. 1 až č. 6 a dle těchto otázek přinesla následující výsledky:

Otázka č.1 (*Jaké řezané květiny u Vás nakupují lidé nejčastěji? měřeno v počtu prodaných ks*) ukázala, že květináři prodají nejvíce růží (volilo je 34 % dotázaných), méně pak sezónních jarních květin (27 %), gerber (15 %), chryzantém (14 %) a nejmenší podíly prodeje tvoří karafiáty (3 %) a exotické květiny (orchideje, strelície (7 %).

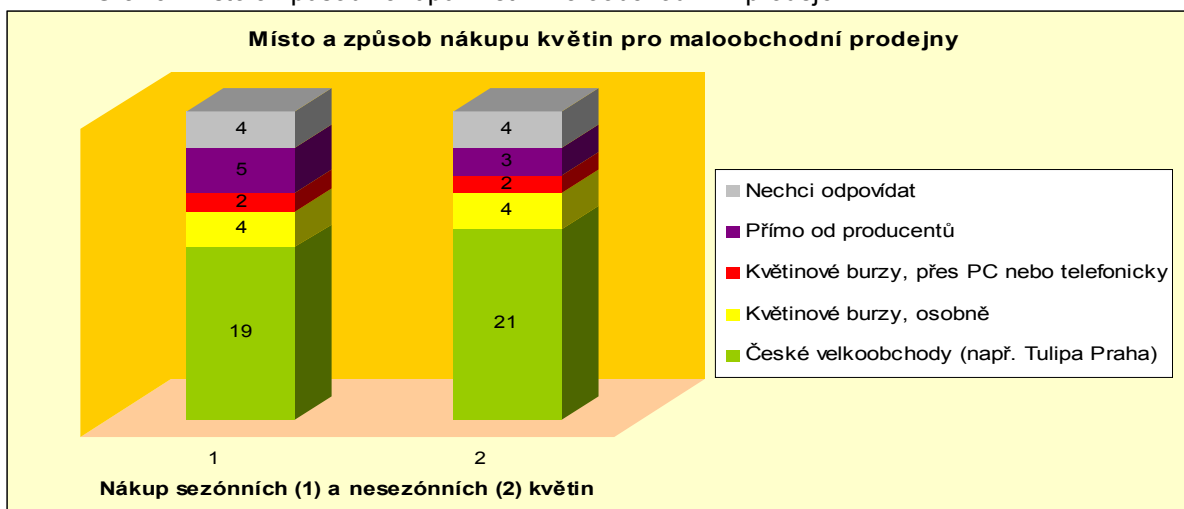
Otázka č. 2 (*Existují specifické dny či období, kdy prodáte nadprůměrný počet řezaných květin? Pokud ano, specifikujte, prosím, o jaká období se jedná*) potvrdila, že nákup řezaných květin je v ČR především záležitostí určitých svátků a ročních

období v souvislosti s tradičními zvyklostmi. 23 % dotázaných květinářů mezi období či dny zvýšeného prodeje řadí svátek sv. Valentýna, 22 % uvedlo MDŽ stejně jako Vánoce, následoval konec školního roku s 11 %, Den matek s 8 %, v 5 % případů byly uváděny rovněž Velikonoce stejně jako některé významné jmeniny. 4 % dotázaných navíc uvedlo všeobecně pátky jako dny zvýšeného prodeje květin.

Otázka č. 3 (*Existují specifické dny či období, kdy naopak prodáte silně podprůměrný počet řezaných květin? Pokud ano, tato období prosím specifikujte.*) měla podobně jako otázka předchozí souvislost se sezónností nakupování řezaných květin. Celá třetina dotázaných květinářů (33 %) uvedla jako období či den nižšího prodeje řezaných květin letní prázdniny, resp. měsíce červenec a srpen. Následoval měsíc leden ve 27 % případů, měsíc únor mimo svátku sv. Valentýna v 16 % případů. Dalšími nepříznivými obdobími jsou obecně pondělky (ty uvedlo 10 % dotázaných květinářů), měsíc září (8 %) a pouze 6 % dotázaných prodejců květin údajně takováto období vůbec neregistruje, což může být způsobeno například jejich velmi výhodnou lokalitou a stálou klientelou.

Otázka č. 4 (*Jak a kde nakupujete SEZÓNŇÍ řezané květiny pro svou prodejnu? tedy květiny z evropské produkce, jako např. tulipány, narcisy atp.*) spolu s **Otázkou č. 5** (*Jak a kde nakupujete NESEZÓNŇÍ řezané květiny pro svou prodejnu? tedy květiny z mimoevropské produkce, např. růže, karafiáty, lilie atp.*) jsou znázorněny následujícím grafem:

Graf 6: Místo a způsob nákupu květin maloobchodními prodejci



Zdroj: Vlastní tvorba autorky

Jak je z grafu patrné, nejčastěji jsou květiny pro maloobchodní prodejny nakupovány v českých velkoobchodech. U nesezónních květin je tento podíl ještě vyšší, což je vzhledem k větší složitosti přímého dovozu květin z rozvojových zemí zřejmé.

Otázka č. 6 (*Pozorujete v poslední době (2 roky) úbytek zákazníků způsobený nízkými cenami řezaných květin v super a hypermarketech?*) přinesla zjištění, že dvě třetiny maloobchodních prodejců květin (67 % dotázaných květinářů) zaznamenalo znatelný úbytek zákazníků, přičemž 42 % dotázaných předpokládá, že úbytek zákazníků je způsoben právě nízkými cenami řezaných květin v super a hypermarketech. Pro 13 % dotázaných je důvodem úbytku zákazníků jiná skutečnost a 13 % dotázaných si důvodem úbytku zákazníků není jisto. 33 % dotázaných výrazný úbytek zákazníků v posledních dvou letech neregistruje.

Hodnocení první části dotazníku

Dle výše znázorněných výsledků prvních šesti otázek dotazníku určeného pro květináře lze říci, že nejlépe prodávanými květinami v pražských květinářstvích jsou růže (34 % podíl) a sezónní jarní květiny (27 % podíl). V této otázce však měli respondenti možnost označit až 3 různé kategorie a v případě růží došlo k označení všemi dotázanými, růže se tedy dobře prodávají ve 100 % dotázaných květinářství.

Co se týče produktivních nebo naopak špatných období prodeje řezaných květin, odpovědi respondentů se většinou dosti podobaly. Respondenti měli možnost vypsát libovolné množství takovýchto období či dnů. Po jejich zanesení do komplexního součtu vyplynulo, že nejčastěji zmiňovanými obdobími vyššího prodeje řezaných květin je Valentýn ve 23 % případů, následovaný těsně MDŽ a Vánoci ve 22 % případů. Významným je pak i konec školního roku spolu s Dnem matek. V menším množství případů byli zmiňováni např. obecně pátky či významné jmeniny. Naopak za podprůměrné období prodeje řezaných květin lze označit letní prázdniny ve 33 % případů a měsíc leden v 27 % případů, následovaný měsícem únor. Podle 6 % respondentů extrémně podprůměrná období nejsou registrována.

Při zaměření se na způsob a místo nákupu řezaných květin pro prodejnu byla vedle sebe srovnána data pro nákup sezónních řezaných květin a nesezónních řezaných květin. Všeobecně se údaje v těchto dvou kategoriích na první pohled neliší. V obou případech nakupuje nejvíce květinářů květiny od českých velkoobchodů (sezónní květiny v 19 případech, nesezónní v 21 případech), avšak

právě zde lze pozorovat drobný posun v případě nesezónních řezaných květin k nákupu od českých velkoobchodů namísto přímo od producentů (od producentů byly nakupovány sezónní květiny v 5 případech, nesezónní už jen ve 3 případech). Určité procento maloobchodníků pak bez ohledu na typ květin nakupuje na květinových burzách osobně či zprostředkovaně.

5.3.3 Část II. – povědomí o původu řezaných květin

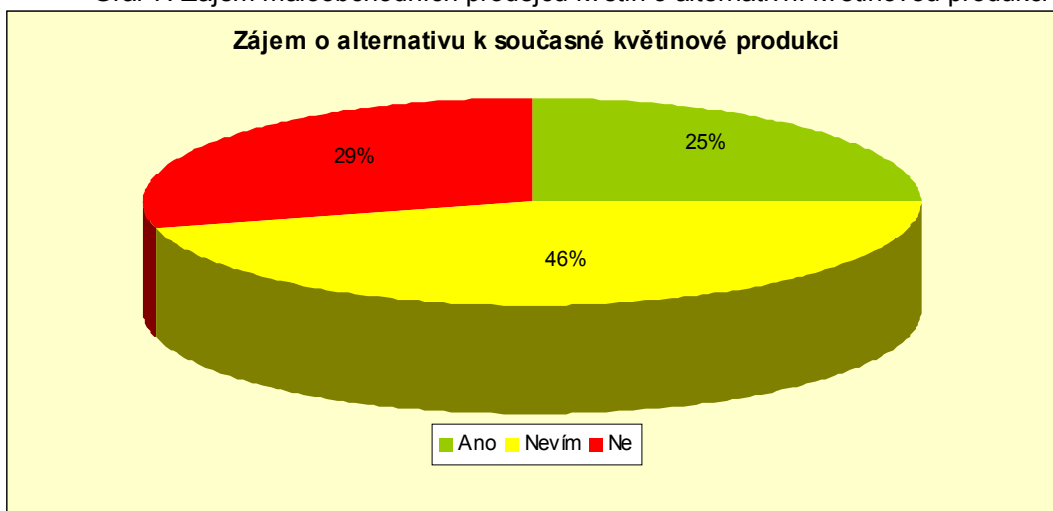
Krátká část věnovaná povědomí maloobchodních prodejců květin o původu nakupovaných řezaných květin vycházela z dotazníkových otázek č. 7, č. 8 a č. 9. Její výsledky jsou dle získaných dat následující:

Otázka č. 7 (*Máte přehled o tom, z jakých zemí pochází řezané květiny, které nakupujete do Vaší prodejny?*) ukázala, že většina květinářů (71 %) má přehled o původu nakupovaných květin pouze u jejich části, resp. u 30 – 80 % z nich. Celá čtvrtina květinářů tuto informaci zná u více než 80 % nakupovaných květin, 4 % naopak u méně než 30 % květin. Otázkou však zůstává, zda si jsou květináři tímto původem opravdu jisti a například se mylně nedomnívají, že určité květiny pochází z Holandska, přestože ve skutečnosti jsou zde pouze nakupovány.

Otázka č. 8 (*Co se týče nesezónních řezaných květin dovážených z Afriky a Ameriky, máte povědomí o tom, za jakých podmínek se zde řezané květiny produkují?*) ukazuje, že povědomí mezi květináři sice není úplně mizivé, ale více než polovina z nich (54 % dotázaných) má povědomí jen částečné a neví tedy mnoho. Čtvrtina dotázaných povědomí má a ví, že podmínky producentů a ochrana ŽP v rozvojových zemích jsou velmi špatné, naopak 21 % dotázaných květinářů povědomí o tomto tématu nemá, rádi by se však dozvěděli případně více.

Otázka č. 9 (*Pokud by existovala alternativa k současné produkci řezaných květin (ež nese negativa pro producenty a pro životní prostředí), zajímal/a byste se o ni?*) navázala na předchozí otázku a předpokládala, že by zájem o alternativní produkci květin po zjištění současného stavu květinového průmyslu mohl být vyšší, než se reálně ukázalo. Jaký je tedy zjištěný zájem květinářů ukazuje následující graf:

Graf 7: Zájem maloobchodních prodejců květin o alternativní květinovou produkci



Zdroj: Vlastní tvorba autorky

Z grafu 7 plyne, že zájem o případnou alternativní produkci květin by současně projevilo pouze 25 % z dotázaných květinářů. Tedy celé tři čtvrtiny respondentů buď neví (46 %), nebo by o alternativu k současné květinové produkci vyloženě zájem nemělo (29 %).

Hodnocení druhé části dotazníku

Při zaměření na informovanost květinářů o původu nesezónní květinové produkce bylo zjištěno, že většina z nich (71 %) má přehled o původu nakupovaných květin pro svou prodejnu jen u části, resp. 30 – 80 % nakupovaných řezaných květin. Pozitivem je, že ze zbylých respondentů má 25 % tuto informaci téměř u všech nakupovaných květin (u více než 80 %). Co se dále týká povědomí o konkrétních podmínkách produkce nesezónních řezaných květin v rozvojových zemích, tyto informace a znalosti má 25 % dotázaných květinářů. Více než polovina z nich má informací jen málo, o podmínkách současného květinového průmyslu mají matnou představu. Více než jedna pětina květinářů nemá povědomí téměř žádné, ale ráda by se dozvěděla o dané problematice více.

Na položenou otázku, zda by se květináři zajímali o alternativu k současné produkci nesezónních řezaných květin v rozvojových zemích, odpovídala téměř polovina z nich (46 %) neví. Celých 29 % dotázaných maloobchodních prodejců květin by o případnou alternativu neprojevilo zájem.

5.3.4 Část III. – certifikované květiny – povědomí a poptávka

Poslední část dotazníku zaměřená na povědomí a případnou poptávku po certifikovaných Fairtrade® či FLP řezaných květinách vycházela z pěti dotazníkových otázek (č. 10 až č. 14) a pro závěry této diplomové práce je velmi důležitá.

Otázka č. 10 (*Setkal/a jste se někdy s Fairtrade® či FLP certifikovanými řezanými květinami?*) poukázala na fakt, že přestože je informovanost o certifikovaných květinách mezi květináři vyšší než u spotřebitelů, což lze vzhledem k jejich profesi předpokládat, i tak je jejich povědomí o certifikovaných řezaných květinách, resp. setkání se s nimi na nízké úrovni. 61 % dotázaných květinářů se s certifikovanými květinami neseťkalo, 13 % se setkalo osobně v zahraničí a 26 % pak v českých médiích a tisku.

Otázka č. 11 (*Certifikované řezané květiny zaručují dobré pracovní a životní podmínky jejich producentům a vyšší ochranu životního prostředí. V případě jejich dostupnosti na českém trhu (velkoobchodní dovoz), měl/a byste zájem takovéto květiny prodávat?*) se již soustředila na konkrétní zájem o nákup, resp. prodej certifikovaných řezaných květin v případě jejich dovozu na český trh. V této otázce se ukázal zásadní problém, a to opravdu velmi malý zájem ze strany květinářů. Pouze 13 % z nich by mělo zájem takovéto květiny prodávat, naopak celých 87 % neví či vyloženě zájem nemá (nezájem vyjádřilo 32 % dotázaných květinářů).

Otázka č. 12 (*O kolik % vyšší nákupní cenu byste byl/a ochoten/a zaplatit za certifikované řezané květiny oproti konvenčním?*) měla původně za cíl zjistit rozdělení květinářů podle jednotlivých rozpětí cen, jenž by byli ochotni za certifikované květiny zaplatit. Avšak jelikož by za květiny žádný dotázaný květinář nezaplatil ani o 5 % vyšší cenu, původní otázka zcela ztratila na svém významu.

Bylo zjištěno, že 54 % ze všech dotázaných květinářů by nezaplatilo za certifikované květiny vyšší cenu, 25 % neví a zbylých 21 % patří do skupiny těch, jenž by o certifikované květiny vůbec zájem neměli. Tato otázka tedy jen potvrdila, že připravenost českých maloobchodních prodejců květin na certifikovanou produkci je opravdu malá a bez přímého dokladu poptávky bude velkým problémem při snahách o zavedení certifikovaných květin na český trh.

Otázka č. 13 (*Co Vás vede k zájmu o certifikované květiny?*) se zaměřila na tu skupinu květinářů, jenž by o certifikované květiny zájem případně projevila. Květináři mající zájem o certifikovanou produkci se ve 100 % shodli, že důvodem jejich zájmu je obohacení sortimentu.

Otázka č. 14 (*Z jakého důvodu byste neměl/a zájem o certifikované Fairtrade® či FLP květiny?*) se naopak zaměřila především na květináře, jenž by zájem o certifikované květiny neměli. Jejich důvodem k tomuto stanovisku je nejčastěji vyšší cena certifikovaných květin (39 %), neznalost kvality a trvanlivosti květin (25 %), odlišnost květin a nejistota toho, že se prodají (11 %). Zbýlých 25 % se k této otázce konkrétně nevyjádřilo.

Hodnocení třetí části dotazníku pro květináře

Třetí část bohužel nepřinesla mnoho potěšujících výsledků. Již první otázka této sekce ukazuje, že s certifikovanými řezanými květinami se setkalo pouze 39 % z dotázaných květinářů, dvakrát více se pak setkalo s certifikovanými květinami v médiích v ČR než osobně v zahraničí. Pokud by byly certifikované řezané květiny dostupné v ČR, celá třetina květinářů by bez doplňujících otázek neměla o tyto květiny zájem a více než 54 % dotázaných neví. Otázka na teoretickou (potenciální) poptávku maloobchodníků po certifikovaných květinách ukazuje, že ani při vědomí o existenci této alternativy by o ni nebyl mezi květináři znatelný zájem.

Na dotaz o kolik vyšší cenu by byli květináři ochotni zaplatit za certifikované květiny odpovědělo 54 % z nich, že by více nezaplatili. Cena je faktorem natolik prioritním, že by prodejci ani za cenu lepší prodejnosti, ekologického a etického přínosu nebyli ochotni zaplatit nic navíc. 25 % u této otázky neví, 21 % dotázaných respondentů pak patří do skupiny projevující nezájem o certifikované květiny. Žádný respondent by tedy nebyl ochoten připlatit vyšší cenu.

Pokud se zaměříme na důvody zájmu o certifikované květiny u dotazovaných květinářů, 25 % z nich uvádí, že důvodem by bylo obohacení sortimentu o nový produkt, 54 % dotázaných neví. 21 % je opět skupina projevující nezájem.

U otázky zaměřující se na důvody nezájmu o certifikované květiny je nejvíce zastoupenou kategorií vysoká cena (39 % případů) následovaná obavami z neznámé kvality a trvanlivosti (25 % dotázaných). Čtvrtina respondentů dotaz nezodpověděla.

Co se týče hodnocení výsledků třetí části dotazníků, nutno podotknout, že distribuovaný dotazníkový formulář obsahuje u některých otázek větší výběr odpovědí než je znázorněno v grafech, avšak tyto odpovědi nebyly žádnými respondenty voleny, proto jsou z grafické podoby pro přehlednost vyloučeny. Jedná se především o otázku č. 12, jež v původní verzi nabízí možnosti ochoty připlatit za certifikované květiny v 5 možných rozmezích, avšak pokud nejsou květináři ochotni zaplatit nic navíc, tyto kategorie dále ztrácí svůj význam.

5.3.5 Celkové hodnocení průzkumu mezi květináři

V této souvislosti by bylo dobré zprvu uvést některé další okolnosti, které provázely autorku při sběru dat mezi maloobchodními prodejci květin a ze kterých lze rovněž vyvodit některé závěry či teoretické domněnky.

V první řadě je pravdou, že návratnost dotazníků byla dosti malá i přes individuální přístup a snahu o co nejsnazší účast v dotazníkovém šetření pro květináře. Během distribuce, avšak daleko častěji pak během sběru dotazníků se autorka setkávala s neochotou zúčastnit se anonymního dotazníkového šetření jak z časových důvodů, tak z důvodu nezájmu a lhostejnosti k dané tématice. V některých případech označili květináři otázky v dotazníku za citlivé a odmítli dotazník z tohoto důvodu vyplnit. Autorka se setkala i s případem, kdy květinář označil průzkum za „něco, za co se musí platit“, případně byla podezírána z toho, že vůbec nepracuje na diplomové práci, ale informace shání z jiného důvodu. Rovněž se vyskytovala častá neochota zaměstnanců předat dotazník majiteli/vedoucímu prodejny k vyplnění. Ve výsledku tak byla návratnost 32 % pro autorku úspěchem.

Dalším faktem je, že při distribuci dotazníků bylo velmi těžké zaměstnance či květináře zaujmout alespoň natolik, aby dotazník k vyplnění přijali a vyslechli si důvody pro existenci průzkumu. Někteří květináři i přes zapojení se do průzkumu projeví osobně lhostejnost, nezájem či přímo nesouhlas s danou tematikou. Bylo proto mnohdy obtížné získat od nich dotazník vyplněný celý a správným způsobem.

Během průzkumu se však autorka setkala i s květináři kteří měli o tematiku zájem, avšak ani od těchto se nepodařilo vždy získat data v podobě vyplněného dotazníku. U tohoto neúspěchu hrál většinou roli nedostatek času, případně nebyl dotazníku k diplomové práci přikládán téměř žádný význam či užitek pro květináře, přestože všem osloveným respondentům bylo jako přínos nabídnuto zaslání zjištěných a zpracovaných výsledků z prováděného průzkumu.

Pomineme-li tedy úskalí sběru dat v tomto průzkumu, ze zjištěných výsledků lze dovodit, že většina květinářů nemá o detailních problémech současného květinového průmyslu povědomí a i kdyby měli k dispozici nákup květin z alternativní produkce/ systému obchodu, ve většině případů by jej nevyužili nebo zatím neví. Určujícím faktorem tohoto jejich chování jsou téměř bez výjimky peníze, resp. zisky z prodané květiny. Pro květináře je v současné konkurenci nejdůležitější získat od velkoobchodníků, případně jiných zdrojů řezané květiny za co nejnižší nákupní cenu a následně jich prodat co nejvyšší množství. Pro ekologický či etický rozměr tak zatím není prostor.

Existují však i takoví květináři, kteří sice dbají prvotně na finanční faktor, ale slučují jej s faktorem kvality. U těchto pak platí, že pokud by byly certifikované květiny znatelně kvalitnější (delší trvanlivost, lepší vzhled atp.), byli by ochotni za ně připlatit a pod zárukou vysoké kvality je i spotřebitelům nabízet za vyšší cenu (toto bylo zjištěno od některých květinářů během neformálního rozhovoru při sběru dotazníků).

Bohužel však faktor zisku hraje tu nejdůležitější roli nejen pro maloobchodníky, ale i pro spotřebitele. Přestože současná společnost zažívá pomalou změnu v podobě upřednostňování dalších rozměrů nákupu (ekologický, etický, kvalitativní) před pouhým vyhledáváním nejnižší ceny, tyto procesy jsou dlouhodobého charakteru a nelze očekávat, že se nákupní zvyklosti změní v průběhu několika měsíců. Zde je nutno brát v potaz i kulturní a podobné vlivy, které utvářejí tradici nákupu řezaných květin v ČR. Ta je dosud charakteristická spíše pouze příležitostnou koupí květin jako daru, i když i v této oblasti zažívá česká společnost postupné změny a přibližuje se zemím západní Evropy.

5.4 Podmínky pro zavedení certifikovaných květin na český trh

Jak průzkumy mezi spotřebiteli (komplexní i jednorázový), tak průzkum mezi květináři měly za cíl zhodnotit současnou připravenost spotřebitelů a květinářů přijmout certifikované řezané květiny na českém trhu a připravit další podmínky pro práci s velkoobchodníky, kteří by dovoz certifikovaných květin mohli v blízké době reálně uskutečnit.

Pokud se budeme dívat nejprve na současný stav povědomí a potenciální poptávky spotřebitelů po certifikovaných květinách, lze dle výsledků výzkumu říci, že povědomí o zkoumané oblasti je dosti nízké. Přibližně dvě třetiny dotázaných spotřebitelů neznají ani fakt, že naprostá většina nesezónní produkce řezaných květin pochází z rozvojových zemí. Pokud jsou však dotázaní s touto skutečností seznámeni, je vyvoláno zamyšlení se nad danou tematikou a následně by tito lidé byli ochotni nad svým nákupním chováním více přemýšlet.

Je však problémem, že kvůli obecně nízkému povědomí se řada spotřebitelů k tomuto zamyšlení nemá šanci dostat. Když budeme dále zohledňovat výsledky získané průzkumem mezi květináři, nutno připomenout, že jejich povědomí o dané problematice je spíše okrajové a obecný zájem o certifikované květiny či jakoukoli alternativu je nízký. Proto maloobchodní prodejce květin jistě není v současné době tím, kdo by spotřebitele s možností nákupu certifikovaných květin seznámil.

Tento poznatek autorky je v těsné shodě s Machem, podle něhož je postoj spotřebitelů a květinářů následující: *„Trh si to (certifikované květiny) nežadá. Čeští spotřebitelé květinové certifikáty neznají a u svých květinářů se po nich neptají. Prodavači v květinářstvích proto informace o certifikátech od dovozců nepotřebují a často o jejich existenci ani netuší“* (Mach, Ekolist.cz, zveřejněno 11.2.2010).

Přestože jsou maloobchodní prodejci květin k dovozcům blíže a při zavedení dovozu certifikovaných květin by byli první metou, kam by dovezené květiny směřovaly, bez dostatečného tlaku zespoda v podobě spotřebitelské poptávky není dovoz těchto květin reálně možný. Bohužel mimo konkrétních výsledků průzkumu bylo z chování oslovených květinářů vyzorováno, že jejich zájem o danou problematiku je minimální a jediným způsobem, jak jejich zájem vyvolat, je přímé doložení poptávky spotřebitelů za certifikované květiny zaplatit.

6. Závěr

V následujících odstavcích následuje shrnutí, zda a jakým způsobem byly naplněny cíle této diplomové práce a jaká zjištění a poznatky práce přinesla. Pro přehlednost jsou uváděna jednotlivá zjištění v krátkých bodech.

- Mezi základní zjištění v první části literární rešerše patří např. potvrzení širokého významu a tradice květin v životě lidí. Co se týče současného stavu květinového průmyslu, bylo potvrzeno, že lidmi vnímaná květinová velmoc Nizozemí si i přes odsun produkce řezaných květin do rozvojových zemí tento status zachovává jako největší obchodník s tímto artiklem. Bez Aalsmeerské květinové burzy by evropský trh s řezanými květinami nemohl vůbec fungovat.
- V další části byly zjištěny informace o největších spotřebitelích řezaných květin, jakými jsou v absolutních číslech Německo, v relativních Švýcarsko a Norsko.
- Kapitola věnující se květinovému průmyslu v ČR jen potvrdila, že trend přesunu produkce řezaných květin nastolený řádově před 20 lety pokračuje a snahou samotných českých květinářů je toto kompenzovat v podobě podpory české produkce hrnkových a záhonových květin. Obecně nemá české květinářství špatnou pozici, avšak investice především do nových technologií budou čím dál potřebnější pro konkurenceschopnost českých květinářů na evropských trzích.
- Mimo potvrzení dlouhodobě rostoucího záporného salda zahraničního obchodu ČR s květinami byl hodnocen i vývoj cen a spotřebitelského chování v oblasti nákupu řezaných květin, jenž potvrdilo oblibu růží a nákup květin především jako příležitostnou záležitost určitých svátků či ročních období.
- V kapitole nejzávažnějších problémů světového květinového průmyslu bylo vytyčeno pět základních skupin problémů, doložených konkrétními údaji. Definovány byly problémy ekonomické a sociální, hygienické a zdravotní, problémy diskriminace žen, problémy dopadů květinové produkce na životní prostředí a obecný problém přesunu květinové produkce do rozvojových zemí.

- V druhé části literární rešerše byly zmíněny existující alternativní přístupy k současné květinové produkci, přičemž důraz byl kladen na systém fair trade. V této souvislosti byl učiněn předpoklad, že uvědomělí spotřebitelé při výběru alternativ ke klasické produkci současně upřednostňují nejprve environmentální aspekty, až na druhém místě (resp. někdy nevědomky) aspekty etické či sociální.
- V souvislosti s květinovým průmyslem byly vyzdviženy koncepty fair trade (značka Fairtrade®) a FLP, jenž tvoří základ projektu Fair Flowers: Květiny pro lidská práva, probíhajícího v letech 2009 – 2011 v Německu, Rakousku, Belgii a ČR. Byly zhodnoceny doposud proběhlé aktivity tohoto projektu v ČR, mezi nejpřínosnější z nich pak patří speakerstour zástupkyň zimbabwských a ugandských odborových sdružení a pracovníků na květinových farmách, jenž navštívily ČR v rámci svých evropských speakerstour v únoru a září 2010.
- Konkrétní přínosy certifikovaných květin pak tkví nejen v dodržování pracovních a lidských práv zaměstnanců květinových farem, ale i ve větší odpovědnosti této produkce k životnímu prostředí a přírodním zdrojům.
- Mimo možné zavedení certifikovaných květin Fairtrade® či FLP do ČR byly popsány i další programy certifikace současně se vyskytující v různých částech světa. Některé z nich jsou však velmi kontroverzní, např. značka Florverde®, jež je kritizována jako pouhý chytrý tah pro větší prodej květin spotřebitelům v USA.
- Komplexní průzkum mezi spotřebiteli přinesl zjištění, že povědomí o současném květinovém průmyslu je nízké, avšak při nabídnutí informací spotřebitelům jsou ti ochotni o svém nákupním chování přemýšlet a kupní vzorce u řezaných květin posunout ve prospěch spotřeby únosné produkce.
- Přestože se dala očekávat zjevná závislost příjmu spotřebitelů na ochotě za certifikovanou produkci připlatit více, tato se jednoznačně nepotvrdila. Přestože příjem hraje určitou roli, důležitějším faktorem jsou osobní preference spotřebitelů a individuální orientace jedinců na nákup s více než jen ryze ekonomickým rozměrem.

- Potvrdilo se, že květináři i přes bližší kontakt s květinovou produkcí o ní mají spíše jen okrajové povědomí a ani předložení informací u nich nevyvolá zájem o danou problematiku, resp. poptávku po certifikovaných květinách.
- Přes nedostatečné povědomí a tím způsobenou neexistenci poptávky po certifikovaných řezaných květinách není jejich zavedení na český trh v současnosti vyloučené. Vyžadovalo by to však účast takových dovozců, kteří by opravdu sdíleli myšlenku zlepšení současných problémů a tím by indukovali poptávku mezi svými odběrateli, resp. přímo spotřebiteli.

Seznámením společnosti s pozadím květinové produkce a především pak s tím spojenými problémy snad v blízké době dojde k tomu, že stále více lidí bude při svém nákupu přemýšlet i o dalších aspektech než je jen co nejnižší cena. Z praxe prodeje certifikovaných květin u našich evropských sousedů, jakými jsou Německo či Rakousko, je vidět, že není nereálné koncept únosných květin zrealizovat.

Je sice pravdou, že česká ekonomika nedosahuje ve srovnání se zeměmi západní Evropy takových ukazatelů a zároveň zde není taková tradice v nákupu řezaných květin, avšak čeští spotřebitelé se pomalu začínají stávat evropskými v pravém slova smyslu a doufejme, že právě toto sdílené evropanství přispěje i k ozdravení zdejšího květinového průmyslu.

7. Seznam použitých zdrojů

- [1] Amoding, F., Mwesigwa, H. September 2010. The need to shift flower consumption patterns towards socially and environmentally fair production: A speech presented to flower consumers, traders and public procurement officers in Europe particularly in Germany, Austria, Belgium and The Czech Republic. Uganda Worker's Education Association (UWEA), Kampala, p. 5
- [2] Ardery, J. Flower Ethics: How Deep Is Your Love? [on-line]. Human Flower Project. Published 2008-08-23. [cit. 2011-01-17]. Dostupné z <http://www.humanflowerproject.com/index.php/weblog/comments/flower_ethics_how_deep_is_your_love/>
- [3] Bosničová, N. Růže z Afriky: rozhovor o stinných stránkách květinového průmyslu v Zimbabwe [on-line]. Feminismus.cz. Publikováno 2010-03-31. [cit. 2011-01-17]. Dostupné z <<http://feminismus.cz/fulltext.shtml?x=2223185>>
- [4] Branžovský, I., Buchtová, I. (eds.). Prosinec 2009. Situační a výhledová zpráva Okrasné rostliny. Odbor rostlinných komodit MZe ČR, Praha, 60 s.
- [5] DeCarlo, J. 2007. Fair Trade Beginners Guides. Oneworld Publications, Oxford, p. 176
- [6] EFTA Annual Report 2007. European Fair Trade Association, Schin op Geul, p. 8
- [7] Ecolabel Index webpages. Dostupné z <<http://www.ecolabelindex.com/>>
- [8] Ethical trading Initiative webpages. Dostupné z <<http://www.ethicaltrade.org/in-action/programmes>>
- [9] FLO. 16.02.2009. Fairtrade Standards for Flowers and Plants for Hired Labour. Fairtrade Labelling Organizations Interantional, Bonn, p. 14
- [10] Fair Flowers Fair Plants webpages. Dostupné z <<http://www.fairflowersfairplants.com/home-en.aspx>>
- [11] Fair Flowers for Human Rights webpages. Dostupné z <<http://www.flowers-for-human-dignity.org/09/>>
- [12] Fair Flowers – O projektu [on-line]. Ekumenická akademie Praha [cit. 2010-12-20]. Dostupné z <<http://www.ekumakad.cz/cz-projekt/projekty/fair-flowers>>
- [13] Fair Trade Certified™ Flowers webpages. Dostupné z <<http://www.transfairusa.org/content/flowers/>>
- [14] Fair Trade – Příležitost pro lepší svět (Fair Trade – Opportunity for a better world) – Výroční zpráva 2009. 2010. Asociace pro Fair Trade, Praha, 23 s.

- [15] Flower Label Program webpages. Dostupné z <<http://www.fairflowers.de/>>
- [16] FLO webpages. Dostupné z <www.fairtrade.net>
- [17] Gender and Trade: Kenyan Flower Production [on-line]. Gender & Trade Commonwealth Secretariat. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z <http://www.genderandtrade.org/gtinformation/164419/164962/165007/kenyan_flower_production/>
- [18] Howard, B.C. 2009. VeriFlora [on-line]. The Daily Green – Organic Flowers – Sustainability Certification Program [cit. 2011-01-27]. Dostupné z <<http://www.thedailygreen.com/going-green/latest/774>>
- [19] ILO: The World Cut Flower Industry: Trends and Prospects [on-line]. International Labour Organization – Sectoral Activities [cit. 2011-01-17]. Dostupné z <<http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/papers/ctflower/139e1.htm>>
- [20] International Association of Horticultural Producers: Colombia will export 500 million flowers for Valentine's Day [on-line]. AIPH News 2010. Published 2010-02-09. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z <http://www.aiph.org/site/index_en.cfm?act=teksten.tonen&parent=4688&varpag=6007>
- [21] International Association of Horticultural Producers: Flowers and Plants . More than just beautiful... December 2006. AIPH, Zoetermeer, p. 32
- [22] International Association of Horticultural Producers: Position paper Eco-labels. September 2004. AIPH, Committee for Environment, Zoetermeer, p. 2
- [23] International Association of Horticultural Producers: Production Statistics. 2010. AIPH / Union Fleurs: International Statistics Flowers and Plants 2010, Zoetermeer, p. 2
- [24] IRLF Fairness in Flowers webpages. Dostupné z <www.laborrights.org/creating-a-sweatfree-world/fairness-in-flowers>
- [25] Jensen, L. (ed.). June 2010. The Millennium Development Goals Report. United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA), New York, p. 76
- [26] Klečková, J. Květinářská produkce v ČR roste [on-line]. Zahradaweb, časopis Zahradnictví – legislativa. Publikováno 2010-07-12 [cit. 2011-01-24]. Dostupné z <http://www.zahradaweb.cz/informace-z-oboru/legislativa/Kvetinarska-produkce-v-CR-roste__s523x47029.html>
- [27] Krier, J. – M., August 2008. Fair Trade 2007: New Facts and Figures from an Ongoing Success Story – A report on Fair Trade in 33 Consumer Countries. DAWS – Dutch Association of Worldshops, Culemborg, p. 158

- [28] Kútner, D. Produkce květin v tuzemsku loni mírně klesla [on-line]. Portál E15 / Zprávy. Publikováno 2011-01-15. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z <<http://zpravy.e15.cz/byznys/zemedelstvi/produkce-kvetin-v-tuzemsku-loni-mirne-klesla>>
- [29] Květiny – Co je skryto za dokonalou krásou řezaných květin? [on-line]. Ekologický institut Veronica. [cit. 2010-12-20]. Dostupné z <<http://www.veronica.cz/?id=218>>
- [30] Litvinoff, M., Madeley, J. 2007. 50 Reasons to buy Fair Trade. Pluto Press, London, p. 240
- [31] Mach, M. O. Férové a ekologicky šetrné kytky v Česku koupíte – ale nevědomky [on-line]. Ekolist.cz. Publikováno 2010-02-11. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z <<http://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/rady-a-navody/ferove-a-ekologicky-setrne-kytky-v-cesku-koupite-ale-nevedomky>>
- [32] Max Havelaar Foundation webpages. Dostupné z <<http://www.maxhavelaar.ch/en/maxhavelaar/quality-label/>>
- [33] Milieu Programma Sierteelt webpages. Dostupné z <<http://www.my-mps.com/>>
- [34] Ministerstvo zemědělství České republiky. Okrasné rostliny [on-line]. MZe ČR. [cit. 2010-12-20]. Dostupné z <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/roslinne-komodity/okrasne-rostliny/>>
- [35] Morehen, L. 2007. Aalsmeer, The World Market Place for Flowers and Plants. Tallulah Landscapes, Sydney, p. 5
- [36] MPS Annual Report 2009. 2009. Millieu Programma Sierteelt, Honselersdijk, p. 23
- [37] Novotná, M. Co skrývá něžná krása květin? [on-line]. Ekumenická akademie Praha. Publikováno 2009-08-12 [cit. 2010-12-20]. Dostupné z <<http://www.ekumakad.cz/cz/temata/co-skryva-nezna-krasa-kvetin/>>
- [38] Osterhaus, A., Bossenbroek, G., Piras, E., Pérez, V., Grozinger, C. (eds.). October 2006. Business Unusual - Success and Challenges of Fair Trade. Fairtrade Labelling Organizations, International Fair Trade Association, Network of European Worldshops, European Fair Trade Association, Brussels, p. 187
- [39] Píková, H. Pobláhpřejeme k velkému úspěchu [on-line]. Zahrada web, časopis Zahradnictví – květinářská výroba. Publikováno 2010-06-23 [cit. 2011-01-24]. Dostupné z <http://www.zahradaweb.cz/informace-z-oboru/kvetinarska-vyroba/Poblahoprejme-k-velkemu-uspechu__s514x46843.html>
- [40] Píková, H. Zaměřeno na udržitelnost [on-line]. Zahrada web, časopis Zahradnictví – květinářská výroba. Publikováno 2009-01-26 [cit. 2011-01-24]. Dostupné z <http://www.zahradaweb.cz/informace-z-oboru/kvetinarska-vyroba/Zamereno-na-udrzitelnost__s514x44923.html>

[41] Sandmann, A. Krvavé růže [on-line]. Varianty, vzdělávací program společnosti Člověk v tísni – Novinové články. Publikováno 2004-06-07 [cit. 2011-01-24]. Dostupné z <<http://www.varianty.cz/index.php?id=19&action=list&theme=&target=&&orderCol=insertDatum&direction=ASC&item=42>>

[42] Švábenská, Z. (Botanická zahrada Praha Troja). Odkud se berou řezané květiny [on-line]. Portál Životní styl / Zahrada. Publikováno 2010-12-02. [cit. 2011-15-01]. Dostupné z <<http://www.zivotnystyl.cz/clanky/zahrada/1578/odkud-se-berou-rezane-kvetiny.html>>

[43] Tisková zpráva BioFach 2010 [on-line]. Bio-info [cit. 2011-01-24]. Dostupné z <<http://www.bio-info.cz/zpravy/biofach-a-vivaness-2010-obor-se-raduje-z-nepolevujici-obliby?source=rss>>

[44] Uganda Worker's Education Association: Action Research Report on Impacts of Pesticides on Horticultural Workers in Ugandan Horticultural Farms. July 2010. UWEA, Kampala, p. 58

[45] Uganda Worker's Education Association: Worker's Testimonies on Their Experiences of Pesticide Exposure at Work. 2010. UWEA, Kampala, p. 9

[46] Veriflora Certified Sustainably Grown webpages. Dostupné z <<http://www.veriflora.com/>>

8. Přílohy

Příloha č. 1 – Vybrané tabulky – světová produkce, obchod s květinami a spotřeba květin v Evropě

Tabulka 1: Dovoz řezaných a hrnkových květin, světový vývoj 2006 – 2008

| Dovoz řezaných a hrnkových květin do vybraných zemí světa (v mil. EUR) | | | | | | | | | |
|---|----------------|-----------------|--------------|----------------|-----------------|--------------|---------------------|-----------------|--------------|
| Země | 2006* | | | 2007 | | | 2008 (neúplná data) | | |
| | Řezané květiny | Hrnkové květiny | Celkem | Řezané květiny | Hrnkové květiny | Celkem | Řezané květiny | Hrnkové květiny | Celkem |
| CELKEM SVĚT | - | - | - | 6 000 | 4 300 | 10 300 | 6 000 | 4 350 | 10 350 |
| <i>Z toho:</i> | | | | | | | | | |
| Německo | 850 | 700 | 1 550 | 845 | 763 | 1 608 | 749 | 716 | 1 465 |
| Velká Británie | 794 | 274 | 1 068 | 781 | 278 | 1 059 | 686 | 246 | 932 |
| Francie | 415 | 383 | 798 | 364 | 395 | 759 | 370 | 420 | 790 |
| Nizozemsko | 506 | 310 | 816 | 527 | 350 | 877 | 589 | 377 | 966 |
| Itálie | 173 | 157 | 330 | 170 | 164 | 334 | 152 | 150 | 302 |
| Švýcarsko | 132 | 169 | 301 | 129 | 175 | 304 | 124 | 179 | 303 |
| Ostatní země | 900 | 900 | 1 800 | 900 | 900 | 1 800 | 900 | 900 | 1 800 |
| CELKEM EVROPA | 4 050 | 2 973 | 7 023 | 4 016 | 3 125 | 7 141 | 3 880 | 3 098 | 6 978 |
| Japonsko | - | - | - | 174 | 67 | 241 | 237 | 64 | 301 |
| Hongkong | - | - | - | 30 | 20 | 50 | 30 | 20 | 50 |
| Korea | - | - | - | 20 | 25 | 45 | 20 | 25 | 45 |
| Taiwan** | - | - | - | 60 | 10 | 70 | 6 | 0 | 6 |
| Ostatní země | - | - | - | 210 | 110 | 320 | 210 | 110 | 320 |
| CELKEM ASIE | - | - | - | 494 | 232 | 726 | 503 | 219 | 722 |
| USA | - | - | - | 608 | 285 | 893 | 631 | 234 | 865 |
| Kanada | - | - | - | 100 | 150 | 250 | 103 | 111 | 214 |
| Ostatní země | - | - | - | 220 | 220 | 440 | 220 | 220 | 440 |
| CELKEM AMERIKA | - | - | - | 928 | 655 | 1 583 | 954 | 565 | 1 519 |

Pramen: Ročenka AIPH- zpracoval Svaz květinářů a floristů ČR

Poznámka: položky *Ostatní země* představují kvalifikovaný odhad

* další data AIPH pro rok 2006 nebyla k dispozici

data za rok 2006 byla upravena dle konečných statistik

** současný název: Chinese Taipei

Tab. 2: Vývoz hrnkových a řezaných květin, světový vývoj 2006 – 2008

| Vývoz řezaných a hrnkových květin z vybraných zemí světa (v mil. EUR) | | | | | | | | | |
|--|----------------|-----------------|--------------|----------------|-----------------|--------------|---------------------|-----------------|--------------|
| Země | 2006* | | | 2007 | | | 2008 (neúplná data) | | |
| | Řezané květiny | Hrnkové květiny | Celkem | Řezané květiny | Hrnkové květiny | Celkem | Řezané květiny | Hrnkové květiny | Celkem |
| CELKEM SVĚT | - | - | - | 6 300 | 4 600 | 10 900 | 6 350 | 4 500 | 10 850 |
| <i>Z toho:</i> | | | | | | | | | |
| Nizozemsko | 2 653 | 1 669 | 4 322 | 2 812 | 1 797 | 4 609 | 2 534 | 1 811 | 4 345 |
| Dánsko | 5 | 335 | 340 | 4 | 304 | 308 | 2 | 317 | 319 |
| Belgie – Lux. | 54 | 250 | 304 | 59 | 240 | 299 | 67 | 255 | 322 |
| Itálie | 61 | 216 | 277 | 60 | 240 | 300 | 59 | 242 | 301 |
| Německo | 39 | 215 | 254 | 39 | 236 | 275 | 36 | 307 | 343 |
| Španělsko | 38 | 68 | 106 | 30 | 71 | 101 | 28 | 75 | 103 |
| Ostatní země | 300 | 400 | 700 | 300 | 400 | 700 | 300 | 400 | 700 |
| CELKEM EVROPA | 3 150 | 3 153 | 6 303 | 3 307 | 3 313 | 6 620 | 3 026 | 3 407 | 6 433 |
| Izrael | - | - | - | 150 | 70 | 220 | 150 | 70 | 220 |
| Thajsko | - | - | - | 80 | 15 | 95 | 80 | 15 | 95 |
| Čína | - | - | - | 274 | 192 | 466 | 117 | 60 | 178 |
| Taiwan** | - | - | - | 15 | 35 | 50 | 11 | 67 | 78 |
| Singapur | - | - | - | 20 | 15 | 35 | 20 | 15 | 35 |
| Ostatní země | - | - | - | 80 | 60 | 140 | 80 | 60 | 140 |
| CELKEM ASIE | - | - | - | 619 | 387 | 1 006 | 458 | 287 | 746 |
| Keňa | - | - | - | 459 | 40 | 499 | 389 | - | 389 |
| Zimbabwe | - | - | - | 80 | 1 | 81 | 80 | 1 | 81 |
| Zambie | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Jihoafr.rep. | - | - | - | 20 | 10 | 30 | 20 | 10 | 30 |
| Ostatní země | - | - | - | 80 | 25 | 105 | 80 | 25 | 105 |
| CELKEM AFRIKA | - | - | - | 729 | 91 | 820 | 659 | 51 | 710 |
| Kanada | - | - | - | 20 | 270 | 290 | 55 | 133 | 188 |
| USA | - | - | - | 25 | 100 | 125 | 153 | 132 | 285 |
| Ekvádor | - | - | - | 293 | 1 | 294 | 293 | 1 | 294 |
| Kostarika | - | - | - | 20 | 100 | 120 | 20 | 100 | 120 |
| Ostatní země | - | - | - | 90 | 60 | 150 | 90 | 60 | 150 |
| CELKEM AMERIKA | - | - | - | 1 261 | 531 | 1 792 | 1 356 | 426 | 1 782 |

Pramen: Ročenka AIPH - zpracoval Svaz květnářů a floristů ČR

Poznámka: položky *Ostatní země* představují kvalifikovaný odhad

* další data AIPH pro rok 2006 nebyla k dispozici

data za rok 2006 byla upravena dle konečných statistik

** současný název: Chinese Taipei

Příloha č. 2 – Dotazníkový formulář – Komplexní průzkum mezi spotřebiteli

1. Setkal/a jste se někdy s produkty Fair Trade? (čaj, káva, rukodělné výrobky atd.)

Ano

Ne

2. Nakupujete Fair Trade produkty?

Ano, pravidelně (nejméně 1x týdně)

Ano, často (2x až 4x do měsíce)

Ano, příležitostně (méně často než 1x za měsíc, častěji než 1x za 3 měsíce)

Ano, zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce)

Ne, nenakupuji

3. Kde nakupujete Fair Trade produkty?

V super/hypermarketu

Ve specializovaných Fair Trade obchůdcích

V obchodech zdravé výživy, s biopotravinami

V obchodních řetězcích (DM drogerie, Marks&Spencer)

Přes Internet (v e-shopech)

Jinde

4. Do jakých oblastí byste uvítal/a rozšíření sortimentu Fair Trade výrobků?

Textil, oděvy, módní doplňky

Kosmetika, drogistické zboží

Rukodělné výrobky, dekorace, nábytek

Nápoje, včetně alkoholických

Řezané květiny

Jiná oblast

Nevím

5. Jaký je hlavní důvod toho, že produkty Fair Trade nenakupujete?

Vysoká cena

Malý výběr/sortiment

Špatná dostupnost produktů

Výrobky nemám vyzkoušené a nevím, zda jsou kvalitní

Jiný důvod

6. Jak často průměrně nakupujete řezané květiny během roku?

Pravidelně (nejméně 1x týdně)

Často (2x až 4x do měsíce)

Příležitostně (méně často než 1x za 14 dní, častěji než 1x za 3 měsíce)

Zřídka (méně často než 1x za 3 měsíce)

Řezané květiny nenakupuji

7. Jaké řezané květiny nakupujete nejčastěji?

Růže

Karafiáty

Gerbery

Chryzantémy

Exotické květiny - orchideje, strelície atd.

Sezónní jarní květiny (tulipán, narcis atd.)

Sezónní letní květiny (slunečnice atd.)

Jiné

Květiny nenakupuji podle druhu, je to různé

8. Kde nejčastěji nakupujete řezané květiny?

V malých květinářstvích

V super/hypermarketech

Ve stáncích na ulici, u metra

Jinde

9. Víte o tom, že téměř všechny nesezónní řezané květiny (tedy růže, karafiáty atd.) pochází z rozvojových zemí a v ČR ani v celé Evropě se prakticky nepěstují?

Ano

Ne

10. Pokud byste věděl/a, že většina nesezónních květin pochází z rozvojových zemí, ovlivnilo by to Váš nákup řezaných květin?

Ano

Ne

Nevím

11. Víte o tom, že transport řezaných květin letadly z rozvojových zemí má negativní ekologické dopady a producenti květin nemají zaručeno dodržování pracovního práva a ochrany zdraví?

Ano

Ne

12. Pokud byste věděl/a, že transport řezaných květin má negativní ekologické dopady na životní prostředí a podmínky pracovníků v květinovém průmyslu v rozvojových zemích jsou velmi špatné, ovlivnilo by to Váš nákup řezaných květin?

Ano

Ne

Nevím

13. Souhlasíte s produkcí řezaných květin v rozvojových zemích přestože producenti nedostávají spravedlivě zapláceno, není chráněno jejich zdraví a je poškozováno životní prostředí?

Produkci květin v rozvojových zemích schvaluji, nízká cena květin je pro mě důležitá

Produkci květin v rozvojových zemích schvaluji, dostupnost řezaných květin po celý rok je pro mě důležitá

Produkci květin v rozvojových zemích schvaluji, poskytuje místním obyvatelům zdroj obživy

Produkci květin v rozvojových zemích schvaluji, všechny komodity pěstované ve velkém (čaj, káva atd.) se tam pěstují

Produkci květin v rozvojových zemích bych schvaloval/a jen pokud by došlo ke zlepšení pracovních a životních podmínek místních producentů

Produkci květin v rozvojových zemích neschvaluji kvůli špatným pracovním a životním podmínkám pracovníků

Produkci květin v rozvojových zemích neschvaluji kvůli nedostatečné ochraně životního prostředí a neekologické přepravě květin letadly

Jiné stanovisko

Nevím

14. Pokud byste měl/a možnost kupovat takové řezané květiny, které svým pěstitelům zaručují lepší pracovní a životní podmínky a jsou ohleduplné k životnímu prostředí, nakupoval/a byste je spíše než běžné květiny?

- Ano
- Ne
- Nevím

15. Setkal/a jste se někdy s Fairtrade® nebo FLP (Flower Label Program) certifikovanými řezanými květinami?

- Ano, v médiích či tisku
- Ano, osobně v zahraničí (v květinářství, v supermarketu)
- Ne, nesetkal/a jsem se
- Jiná odpověď:

16. Certifikované Fairtrade® a FLP květiny zaručují dobré pracovní a životní podmínky producentům řezaných květin a ochranu životního prostředí. Měl/a byste zájem o takovéto květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu?

- Ano
- Ne
- Nevím

17. O kolik % vyšší cenu byste byl/a ochoten/a zaplatit za Fairtrade® či FLP řezané květiny oproti konvenčním květinám?

- Zaplatil/a bych o 100 % a více vyšší cenu
- Zaplatil/a bych o 50 -100 % vyšší cenu
- Zaplatil/a bych o 25 - 50 % vyšší cenu
- Zaplatil/a bych o 15 - 25 % vyšší cenu
- Zaplatil/a bych o 5 - 15 % vyšší cenu
- Zaplatil/a bych nejvýše o 5 % vyšší cenu
- Nejsem ochoten/a zaplatit vyšší cenu
- Nevím

18. Kam byste chodil/a pravděpodobně nejčastěji nakupovat Fairtrade® či FLP květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu?

- Do specializovaných Fair Trade obchůdků

- Do malých květinářství
- Do super/hypermarketů
- Do stánků na ulici, na metru
- Nevím

19. O které certifikované řezané květiny byste měl/a zájem v případě dostupnosti Fairtrade® či FLP květin na českém trhu?

- Růže
- Karafiáty
- Lilie, Lisianthus (Eustoma)
- Exotické řezané květiny - orchideje, strelcie atd.
- Zájem bych měl/a o jakékoliv certifikované květiny
- Jiné
- Nevím

20. z jakého důvodu byste neměl/a zájem o Fairtrade® či FLP řezané květiny?

- Řezané květiny vůbec nekupuji
- Certifikované květiny budou drahé
- Certifikované květiny nebudou kvalitní, nevydrží
- Nevím Jiná odpověď:

21. Vaše pohlaví

- Žena
- Muž

22. Váš věk (číslo)

23. Průměrný čistý měsíční příjem na jednoho člena Vaší domácnosti

- Méně než 5.000,- Kč
- 5.001 - 10.000,- Kč
- 10.001 - 15.000,- Kč
- více než 15.000,- Kč

Příloha č. 3 – Dotazníkový formulář – Jednorázový průzkum mezi spotřebiteli uskutečněný dne 14.2.2011 u příležitosti testovacího prodeje fair trade růží

| | Znění otázky | Odpovědi |
|--|---|---|
| Obecné otázky – Fair Trade produkty | | |
| 1. | Setkal/a jste se již dříve s produkty Fair Trade (před Vaší návštěvou obchodu Fair&Bio)? | Ano → postupujte k otázce č.2 |
| | | Ne → postupujte k otázce č.4 |
| 2. | Jak často navštěvujete specializované obchůdky s Fair Trade produkty (Fair&Bio, Na Zemi aj.)? | Pravidelně – nejméně 1x týdně |
| | | Často – 2x až 4x do měsíce |
| | | Příležitostně – méně často než 1x za 14 dní, častěji než 1x za 3 měsíce |
| 3. | Nakupujete Fair Trade produkty i jinde než ve specializovaných obchůdcích? | Zřídka – méně často než 1x za 3 měsíce |
| | | Ano, v super- (hyper-) marketu |
| | | Ano, v obchodech zdravé výživy, v obchodech s biopotravinami |
| | | Ano, v obchodních řetězcích (DM drogerie, Marks & Spencer) |
| | | Ano, přes Internet/ v e-shopech |
| | | Ne, jinde je nenakupuji |
| Fair Trade řezané květiny | | |
| 4. | Setkal/a jste se někdy (v tisku, v médiích, v zahraničí) s Fair Trade certifikovanými řezanými květinami? | Ano, v médiích či tisku |
| | | Ano, přímo osobně v zahraničí |
| | | Ne, nesetkal/a jsem se |
| 5. | Měl/a byste zájem o Fair Trade řezané květiny v případě jejich dostupnosti na českém trhu? | Ano → postupujte k otázce č.6 |
| | | Ne → postupujte k otázce č.11 |
| 6. | Uvedl/a jste, že byste měl/a zájem o Fair Trade řezané květiny. O kolik % vyšší cenu byste za ně byl/a ochoten/a zaplatit oproti konvenčním řezaným květinám? | Zaplatil/a bych o 25 - 50 % vyšší cenu |
| | | Zaplatil/a bych o 15 – 25 % vyšší cenu |
| | | Zaplatila/a bych o 5 – 15 % vyšší cenu |
| | | Zaplatila bych nejvýše o 5 % vyšší cenu |
| | | Nejsem ochoten/a zaplatit vyšší cenu |
| 7. | V případě dostupnosti Fair Trade květin na českém trhu, kam byste tyto květiny chodil/a nejpravděpodobněji a nejčastěji nakupovat? | Do specializovaných FT obchůdků |
| | | Do malých květinářství |
| | | Do super- (hyper-) marketů |
| | | Nevím |

| | | |
|-----|---|--|
| 8. | V případě dostupnosti Fair Trade květin na českém trhu, o které certifikované řezané květiny byste měl/a zájem? | Řezané růže |
| | | Řezané karafiáty |
| | | Lilie, Lisianthus/Eustoma |
| | | Exotické – orchidej, strelície atp. |
| | | Zájem bych měl/a o jakékoliv květiny, pokud budou certifikované Fair Trade |
| | | Nevím |
| 9. | Jak často byste kupoval/a Fair Trade řezané květiny v zimních měsících (říjen až březen)? | Pravidelně – nejméně 1x týdně |
| | | Často – 2x až 4x do měsíce |
| | | Příležitostně – méně často než 1x za 14 dní, častěji než 1x za 3 měsíce |
| | | Zřídka – méně často než 1x za 3 měsíce |
| | | Nevím |
| 10. | Jak často byste kupoval/a Fair Trade řezané květiny v letních měsících (duben až září)? | Pravidelně – nejméně 1x týdně |
| | | Často – 2x až 4x do měsíce |
| | | Příležitostně – méně často než 1x za 14 dní, častěji než 1x za 3 měsíce |
| | | Zřídka – méně často než 1x za 3 měsíce |
| | | Nevím |
| 11. | Uvedl/a jste, že byste neměl/a zájem o Fair Trade řezané květiny. Z jakého důvodu? | Nekupuji řezané květiny |
| | | Fair Trade květiny budou drahé |
| | | Fair Trade květiny nebudou kvalitní |
| | | Jiný důvod: |

Příloha č. 4 – Dotazníkový formulář – Průzkum mezi pražskými květináři

| | Znění otázky | Odpovědi |
|--|--|--|
| I. Nákup a prodej řezaných květin | | |
| 1. | Jaké řezané květiny lidé u Vás nakupují nejčastěji? (měřeno v počtu prodaných kusů za rok) Označte, prosím, až 3 možné odpovědi. | Růže |
| | | Karafiáty |
| | | Gerbery |
| | | Chryzantémy |
| | | Exotické – orchideje, strelície atp. |
| | | Sezónní jarní – např. tulipány, narcisy |
| | | Sezónní letní – např. slunečnice |
| | | Jiné: |
| 2. | Existují specifické dny či období, kdy prodáte nadprůměrný počet řezaných květin? Pokud ano, specifikujte, prosím, jaké. | Ne |
| | | Ano: |
| 3. | Existují specifické dny či období, kdy naopak prodáte silně podprůměrný počet řezaných květin? Pokud ano, prosím specifikujte jaké. | Ne |
| | | Ano: |
| 4. | Jak a kde nakupujete SEZÓNŇÍ řezané květiny pro svou prodejnu? (tedy květiny z evropské produkce, např. tulipány, narcisy, slunečnice) | Od českých velkoobchodů (např. Tulipa Praha) |
| | | Z květinových burz (např. Aalsmeer), osobně |
| | | Z květinových burz, přes PC nebo telefonicky |
| | | Nakupuji přímo od producentů |
| | | Jiným způsobem: |
| | | Nechci odpovídat |
| 5. | Jak a kde nakupujete NESEZÓNŇÍ řezané květiny pro svou prodejnu? (tedy květiny z mimoevropské produkce, např. růže, karafiáty, lilie) | Od českých velkoobchodů (např. Tulipa Praha) |
| | | Z květinových burz, osobně |
| | | Z květinových burz, přes PC nebo telefonicky |
| | | Nakupuji přímo od producentů |
| | | Jiným způsobem: |
| | | Nechci odpovídat |

| | | |
|----|--|---|
| 6. | Pozorujete v poslední době (2 roky) úbytek zákazníků způsobený nízkými cenami řezaných květin v super- a hypermarketech? | Úbytek zákazníků je znatelný a předpokládám, že právě z tohoto důvodu |
| | | Úbytek zákazníků jsem zaznamenal/a, ale důvodem si nejsem jist/a |
| | | Úbytek zákazníků jsem zaznamenal/a, ale důvod je jiný, a to: |
| | | Nezaznamenal/a jsem větší úbytek zákazníků |

| II. Povědomí o původu řezaných květin | | |
|---------------------------------------|---|---|
| 7. | Máte přehled o tom, z jakých zemí pochází řezané květiny, které nakupujete do Vaší prodejny? | Informaci znám u všech (u více než 80 %) prodávaných květin |
| | | Informaci znám u 30 – 80 % květin |
| | | Informaci znám u méně než 30 % květin |
| 8. | Co se týče nesezónních řezaných květin dovážených z Afriky a Ameriky, máte povědomí o tom, za jakých podmínek se zde řezané květiny produkují? | Povědomí mám a vím, že pracovní a životní podmínky producentů a ochrana ŽP v rozvojových zemích jsou velmi špatné |
| | | Povědomí mám částečné, nevím toho mnoho |
| | | Povědomí nemám a nezajímá mě to |
| | | Povědomí o tomto nemám, ale rád/a bych se dozvěděl/a více |
| | | Jiné: |
| 9. | Pokud by existovala alternativa k současné produkci řezaných květin (nesoucí negativa pro místní pěstitele i životní prostředí), zajímal/a byste se o to? | Ano |
| | | Ne |
| | | Nevím |

| III. Povědomí a poptávka po Fair Trade a FLP řezaných květinách | | |
|---|--|------------------------------|
| 10. | Setkal/a jste se někdy s Fair Trade nebo FLP certifikovanými řezanými květinami? | Ano, v médiích či tisku v ČR |
| | | Ano, ve velkoobchodě v ČR |
| | | Ano, osobně v zahraničí |
| | | Jinde/jinak: |
| | | Ne, nesetkal/a jsem se |

| | | |
|-----|--|---|
| 11. | Certifikované Fair Trade a FLP květiny zaručují dobré pracovní a životní podmínky producentům řezaných květin a vyšší ochranu životního prostředí. V případě jejich dostupnosti na českém trhu (velkoobchodní dovoz), měl/a byste zájem takovéto květiny prodávat? | Ano → postupujte k otázce č.12 |
| | | Ne → postupujte k otázce č.14 |
| | | Nevím |
| 12. | Uvedl/a jste, že byste měl/a zájem o Fair Trade či FLP řezané květiny. O kolik % vyšší nákupní cenu byste za ně byl/a ochoten/a zaplatit oproti konvenčním řezaným květinám? | Zaplatil/a bych o 50 % a více vyšší cenu |
| | | Zaplatila/a bych o 25 – 50 % vyšší cenu |
| | | Zaplatil/a bych o 15 – 25 % vyšší cenu |
| | | Zaplatila/a bych o 5 – 15 % vyšší cenu |
| | | Zaplatila bych nejvýše o 5 % vyšší cenu |
| | | Nejsem ochoten/a zaplatit vyšší cenu |
| | | Nevím |
| 13. | Pokud byste měl/a zájem o Fair Trade či FLP řezané květiny, co by Vás k tomu vedlo? Vyberte libovolný počet možností | Nesouhlasím se současným způsobem produkce řezaných květin v rozvojových zemích |
| | | Certifikované květiny by se dobře prodávaly (podobně jako např. biopotraviny) |
| | | Rád/a bych obohatil/a sortiment o něco nového |
| | | Jiný důvod: |
| | | Nevím |
| 14. | Uvedl/a jste, že byste neměl/a zájem o Fair Trade či FLP řezané květiny. Z jakého důvodu? Vyberte libovolný počet možností. | Tyto květiny budou drahé (vyšší nákupní i prodejní cena) |
| | | U těchto květin neznám kvalitu, trvanlivost |
| | | Květiny budou jiné než na co jsou zákazníci zvyklí a tak bych je možná neprodal/a |
| | | Tato problematika mě vůbec nezajímá |
| | | Nevím |
| | | Jiný důvod: |