

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Teologická fakulta

Katedra etiky, psychologie a sociální práce

Bakalářská práce

PŘEDSTAVENÍ FAIR TRADE A POVĚDOMÍ JIHOČESKÉ
VEŘEJNOSTI O TOMTO GLOBÁLNÍM TÉMATU

Vedoucí práce: Mgr. Veronika Zvánovcová, Ph.D.

Autor práce: Jana Bestrejková

Studijní obor: Sociální a charitativní práce

Ročník: 3.

2017

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění, souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, v nezkrácené podobě (v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Teologickou fakultou) elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním zákona č. 111/1998 Sb. Zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáváním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Teheses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

30. března 2017

Jana Bestrejková

Poděkování

Děkuji vedoucí bakalářské práce Mgr. Veronice Zvánovcové, Ph.D. za cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. Ráda bych také poděkovala své rodině za podporu během studia.

OBSAH

Úvod.....	5
1 Představení fair trade	7
1.1 Fair trade a lidská práva.....	8
1.2 Principy fair trade	10
1.3 Vznik a vývoj fair trade	10
1.4 Rozdíl mezi „FAIRTRADE®“ a „fair trade“	12
1.5 Certifikace FAIRTRADE®	13
1.6 Světový den pro fair trade.....	14
1.7 Limity fair trade	14
1.8 Pro a proti fair trade	15
2 Významné světové organizace zabývající se problematikou fair trade.....	15
2.1 World Fair Trade Organization (WFTO).....	15
2.2 Fairtrade Labelling Organizations International (FLO).....	16
2.3 EFTA.....	16
2.4 Fair trade Federation.....	17
3 Významné organizace v České republice zabývající se problematikou fair trade, jejich kampaně a projekty	17
3.1 NaZemi	17
3.1.1 Kampaň za důstojnou mzdu.....	19
3.1.2 Kampaň „Ušili to na nás“	20
3.2 Fairtrade Česko a Slovensko.....	21
3.2.1 Kampaň fandíme Fairtrade	21
3.3 Jeden svět.....	21
3.4 Ekumenická akademie	22
3.4.1 Fairtradová města 2016 – 2018.....	22
3.4.2 Za férové banány. Proč chceme férovější banány?.....	23
3.5 Fairtradová města a školy	23
4 Metodologie výzkumu	25
4.1 Stanovení hypotéz.....	25
4.2 Popis výzkumného souboru	26
4.3 Metoda výzkumu	26
4.4 Průběh výzkumu	27
4.5 Výsledky výzkumu	28
4.6 Verifikace Hypotéz	38
5 Diskuse.....	40
Závěr	43
Použité zdroje.....	44
Seznam grafů a tabulek.....	48
Přílohy.....	49
Abstrakt.....	52
Abstract.....	53

Úvod

Bakalářská práce se zabývá problematikou fair trade, do českého jazyka je pojem fair trade často překládán jako spravedlivý obchod. Hlavním důvodem, proč jsem si vybrala toto téma bylo, že jsem navštěvovala střední školu, která nese status „Fairtradová škola“. Od té doby je mi tato problematika blízká. V rámci statusu Fairtradová škola, byly pořádány různé přednášky a další akce týkající se právě dané problematiky. Do těchto akcí se aktivně zapojovali nejen žáci. „Kampaň poměrně zasáhla do chodu naší školy. Téměř všichni z naší školy dnes vědí, co znamená fair trade. Jiné školy v republice nás kontaktovaly a žádaly o poskytnutí informací o fair trade. Naši absolventi se setkali s tím, že i na vysokých školách vědí, že naši studenti něco v oblasti fair trade dokázali a díky tomu jsme označováni i Dobrou školou 21. století. Obecně všichni ve škole reagují na kampaň pozitivně.“¹ Toto jsou slova jedné z koordinátorek fair trade na Střední a jazykové škole ve Volyni Mgr. Romany Šafránkové.

„Fair trade je úzce propojen s propagací lidských práv a potlačováním dětské práce. Právě zaměstnanci pracující na plantážích či v továrnách, především v zemích třetího světa, nedostávají odpovídající mzdu, ale také jsou v mnoha případech během výkonu své práce ohroženi na životech. Nemají dostatečné ochranné pomůcky, pracují ve značně nevyhovujícím prostředí, mají pouze velmi malý přístup k pitné vodě či se jim nedostává kvalitní zdravotní péče. S nedodržením lidských práv také souvisí využívání dětské práce. Tato praxe je vcelku běžná především v Subsaharské Africe. Děti často pracují za nevyhovujících podmínek s nevyhovujícími nástroji. To vše na nich může zanechat jak fyzické, tak samozřejmě také psychické následky. Jedním z cílů fair trade tedy je ideálně odstranit dětskou práci a nastavit podmínky tak, aby nedocházelo k porušování lidských práv.“²

Cílem bakalářské práce je za pomoci literatury a dalších dostupných zdrojů představit fair trade, jeho principy a působnost ve světě, ale také v České republice, dále pak zjistit, jaké povědomí má o fair trade Jihočeská veřejnost. Povědomí občanů žijících v Jihočeském kraji jsem si vybrala hned ze dvou důvodů. První důvod je ten, že v tomto

¹ ŠAFRÁNKOVÁ, Romana. *Fair trade je pomoc i zábava: O fair trade*. Fairtradové školy: průvodce kampaní [online]. , [cit. 2017-02-01]. Dostupné z: http://www.fairtrade-cesko.cz/soubory/ftm_pruvodce_skoly.3b90.pdf, str. 6.

² *Lidská práce a dětská práce*. Make chocolate fair! [online]. ©2013 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://cz.makechocolatefair.org/kakao/lidska-prava-detska-prace>

regionu žijí a studují. Druhý důvod je, že v Jižních Čechách je několik Fairtradových škol a měst. Například SŠ a JŠ Volyně, která dle slov jedné z koordinátorek Mgr. Romany Šafránkové, se již svými aktivitami proslavila minimálně mezi dalšími školami. Z toho důvodu, je dle mého názoru zajímavé zjistit, do jaké míry znají obyvatelé Jižních Čech tuto problematiku.

Bakalářská práce obsahuje úvod, dále pak 5 kapitol a závěr. První kapitola se zaměří na představení spravedlivého obchodu, jeho principy, dále také na jeho vznik a postupný vývoj. Ve druhé kapitole budou představeny významné světové organizace zabývající se problematikou fair trade. Hlavním cílem třetí kapitoly bude představit nejdůležitější české organizace a jejich kampaně. Čtvrtá kapitola bude věnována metodickému výzkumu a pátá kapitola bude věnována diskuzi.

Hlavní zdroje, které ovlivnily vznik práce byly následující:

Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. [online]. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, 2004. ISBN 80-239-4006-6. Dostupné z: <http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>

RANSOM, David. *Fair trade*. Brno: Doplněk, 2011. Společensko-ekologická edice. ISBN 978-80-7239-258-2.

Fairtrade Česko a Slovensko [online]. Praha. ©2017. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!>> [15.10.2016]

NaZemi [online]. Brno. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/jsme-nazemi>>[15.10.2016]

1 Představení fair trade

Ve světě již mnoho let stoupá zájem o výrobky, které byly vyrobeny za důstojných podmínek, tedy za podmínek, které nesnižují důstojnost zaměstnanců. Právě zaměstnanci jsou ti, kteří nejen samotným výrobkům, ale především zaměstnavatelům dávají možnost existovat a dále se rozvíjet. Dnes stále více narůstá počet zaměstnavatelů, kteří odmítají využívat dětskou práci a práci zaměstnanců za nedůstojných podmínek.³

Jednou z nejdůležitějších funkcí, kterou fair trade zastává je snaha o dodržování důstojných podmínek zaměstnanců i zaměstnavatelů. Do češtiny je fair trade často překládán také jako „spravedlivý obchod“.⁴ „Obchod, v němž zaměstnanci, výrobci, dovozci, prodejci i kupující uzavírají partnerství, které dává všem odpovídající podíl z produkce.“⁵

Fair trade je určitou alternativou k mezinárodnímu obchodu. „Je to tedy takový způsob obchodu, který poskytuje lidem možnost užít se jejich vlastní prací. Zemědělci, řemeslníci a další pak pracují za důstojných podmínek.“⁶ Je to jedna z aktivit, při které je snaha pomoci lidem v místě, kde žijí. Pomoc se dostává například tím, že je umožněno vyvázet výrobky do bohatých zemí. Dbá se na to, aby se jak výrobci, tak producenti a prodejci dělili spravedlivě o zisk.⁷

Výrobci, kteří se rozhodnou spolupracovat s organizací, produkují takové komodity, při jejichž výrobě musí být dodržovány standardy Mezinárodní organizace práce OSN. Samotná výroba pak nesmí poškozovat životní prostředí.⁸ Fair trade dnes představuje stále ještě malou, ale čím dál více rostoucí položku celosvětového obchodu.⁹ „Fairtradovým výrobkem rozumíme výrobek pocházející od certifikovaných výrobců Fairtrade International a od členských organizací World Fair Trade Organization.“¹⁰

³ TOŽIČKA, Tomáš., *Fair trade – spravedlivý obchod* Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, [online]. [cit. 2017-01-31, 11:34]. 2004. ISBN 80-239-4006-6, dostupné z:

< http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1c6b470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf >.,s.1.

⁴ Tamtéž

⁵ Tamtéž

⁶ Co je Fair Trade. *Fairtrade Česko a slovensko* [online]. ©2017 [cit. 2017-01-31, 11:54]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fair-trade>>

⁷ NÁDVORNÍK, Ondřej a Andrea VOLFOVÁ, ed. *Společný svět: příručka globálního rozvoje výroby a obchodu*. Praha: Člověk v tísni - společnost při ČT, 2004. ISBN 80-903510-0-x.,s. 314.

⁸ Tamtéž

⁹ TOŽIČKA, Tomáš., *Fair trade – spravedlivý obchod* Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, [online]. [cit. 2017-01-31, 11:34]. 2004. ISBN 80-239-4006-6, dostupné z:

< http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1c6b470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf >.,s.3.

¹⁰ Co je Fair Trade. *Fairtrade Česko a slovensko* [online]. ©2017 [cit. 2017-01-31, 12:04]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fair-trade>>

Běžný spotřebitel na první pohled pozná, že jde o fairtradový výrobek. Výrobek musí být označen certifikační ochrannou známkou FAIRTRADE®. Známkou spotřebitel nalezne na obale výrobku.¹¹ Tato ochranná známka zaručuje spotřebiteli, že během výroby byly dodrženy všechny principy fair trade. Jedná se o principy, které jsou etické a také ekologické.

Fair trade usiluje o to, aby výrobci díky vlastní síle neustále zlepšovali životní podmínky, zajišťuje bezpečné a přiměřené pracovní podmínky. Dále také zajišťuje spravedlivou mzdu. Velkou snahou je také odstranit dětskou práci, získat lepší přístup k základnímu vzdělání, zlepšit zdravotní péči a podmínky k bydlení či přístup k nezávadné vodě. Z tohoto důvodu výrobci dále dostávají tzv. sociální příspěvek, který je dáván do komunitního fondu a oni sami pak demokratickým hlasováním rozhodují, na co bude příspěvek využit. V mnoha případech je příspěvek využit na stavbu silnic, škol, studen na pitnou vodu či na zajištění lékařské a jiné péče.¹² Spotřebitelům pak naopak nabízí zdravotně nezávadné výrobky, při jejichž výrobě byly šetřeny přírodní zdroje a životní prostředí.¹³

Studie, které byly provedeny mezi roky 2002 a 2004 ukázaly, že těm producentům, kteří se zapojili do fair trade, se zvýšil výnos a byl také pozitivně ovlivněn jejich život. Ekonomická situace rodin producentů, kteří se rozhodli zapojit do fair trade byla stabilnější a jejich děti měly lepší přístup ke vzdělání.¹⁴

1.1 Fair trade a lidská práva

Jedním z hlavních důvodů, proč fair trade existuje je snaha o udržení lidských práv. Lidská práva náleží člověku už jen z podstaty, že je člověk. Má na ně tedy nárok každý. Je to nárok, který nemusí být ničím zdůvodňován. Ve výsledku jsou lidská práva

¹¹ KOMÍNEK, Stanislav. *Infolist o Fairtrade*. In: NaZemi [online]. [cit. 2017-01-31, 12:58]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/infolist_o_fair_trade.pdf>

¹² Není to úplně v pytlí: *Férový obchod existuje*. In: NaZemi [online]. ©2013. [cit. 2016-11-11, 11:39]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/brozura_o_fair_trade_nazemi2013_0.pdf>, s. 3.

¹³ TOŽIČKA, Tomáš., *Fair trade – spravedlivý obchod* Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, [online]. [cit. 2017-01-31, 11:45]. 2004. ISBN 80-239-4006-6, dostupné z:

<http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>, s. 3.

¹⁴ A Fair trade: III. *Snižování negativního dopadu a zvyšování pozitivního dopadu*. Dopady české spotřeby na rozvojové země: Česko proti chudobě [online]. [cit. 2017-12-09, 10:35]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/el/1431/jaro2014/ZX501/um/39486738/studie-dopady-spotreby.pdf>>, s. 38.

morálním nárokem, který tkví v mravních hodnotách.¹⁵ Samotná teorie lidských práv vychází ze dvou podstatných hodnot a to rovnost a důstojnost. Lidská práva můžeme chápat tak, že vymezují základní normy pro důstojný život všech lidí a v tomto ohledu jsou tedy univerzální. Lidská práva jsou tedy napříč celým světem slučitelná se všemi kulturami a náboženstvími. Z hodnot rovnost a důstojnost lze odvodit mnohé další hodnoty, které jsou neméně důležité. Umožňují lepší soužití lidí. Mezi tyto hodnoty patří například svoboda, respekt vůči druhým, nediskriminace, tolerance, spravedlnost a zodpovědnost.¹⁶

V souvislosti s problematikou fair trade nemohu opomenout zmínit práva sociální. O tato práva, společně s ekonomickými právy, pečuje Sociální charta. Jedná se o dokument, který především zajišťuje rovnost mužů a žen, ochranu jedince v případě propuštění ze zaměstnání, ochranu před chudobou a sociálním vyloučením, důstojnost pracovníků na pracovišti, právo na bydlení a právo na práci. Právo na práci však neznamená, že stát je povinen zajistit práci každému občanovi. Znamená to, že stát je zavázán zajistit takové ekonomické a sociální podmínky, při nichž budou vznikat nová pracovní místa. Právo na práci je důležité také z toho hlediska, že práce je základním předpokladem lidské důstojnosti. Od práva na práci se dále odvíjí právo na spravedlivé pracovní podmínky. Právo na práci poskytuje zaměstnancům jistotu, že nebudou na pracovišti nijak diskriminováni. Obdrží spravedlivou finanční odměnu za odvedenou práci. Toto právo zaměstnancům zajišťuje nárok na placenou dovolenou, na přiměřenou pracovní dobu a také jim zajišťuje nárok na práci v bezpečném a zdravém prostředí, které nijak neohrožuje jejich fyzickou či psychickou pohodu. Tato práva jsou velmi důležitá už jen pro to, že práce by se neměla stát jen nesnesitelnou zátěží, ale měl by to být prostředek k uspokojení základních potřeb jako je jídlo, oblečení, bydlení a vzdělání.¹⁷ V dnešní době, jsou do velké míry sociální práva ovlivněna globalizací. Proces globalizace pak umožňuje praktiky, které zpochybňují všeobecně uznávané minimální záruky základních pracovních podmínek. Mnoho firem dnes považuje nízkou sociální ochranu za lákavou a výhodnou pro své investice a nízkonákladovou výrobu zboží. Průmyslová výroba tedy byla přesunuta ze zemí s povinnou ochranou zaměstnanců do států, které tuto ochranu negarantují. Prioritou firem pak nejsou spravedlivé pracovní podmínky zaměstnanců, ale

¹⁵ BRANDER, Patricia. *Kompas: manuál pro výchovu mládeže k lidským právům*. Praha: Pro Národní institut dětí a mládeže, Českou národní agenturu Mládež vydalo nakl. Argo, 2006. ISBN 80-7203-827-3, s. 283.

¹⁶ Tamtéž, s. 284.

¹⁷ Tamtéž, s. 387.

především zvýšení zisku a minimalizace nákladů. V důsledku tohoto porušování jak sociálních, tak také pracovních práv zaměstnanců jsou regionální nástroje, které právě tato práva zajišťují, nezbytné.¹⁸

1.2 Principy fair trade

Existuje deset hlavních principů fair trade, které definovala Světová fairtradová organizace (WFTO). Těmito principy se musí členové Světové fairtradové organizace bez výjimky řídit. Organizace má právo kontrolovat dodržování jednotlivých principů.¹⁹ Principy jsou následující:

- **Vytváření příležitostí pro ekonomicky znevýhodněné pěstitele a výrobce**
- **Transparentnost a odpovědnost**
- **Férové obchodní praktiky**
- **Vyplácení férové ceny**
- **Vyloučení dětské a nucené práce**
- **Nediskriminace, rovnost příležitostí, podpora ekonomické soběstačnosti žen a svoboda shromažďování**
- **Dobré pracovní podmínky**
- **Budování kapacit**
- **Propagace fair trade**
- **Ochrana životního prostředí**

1.3 Vznik a vývoj fair trade

Samotná myšlenka fair trade a s tím spojena také solidarita obyvatel „západního“ světa s obyvateli tzv. „třetího“ světa se začíná objevovat v USA již ve čtyřicátých letech 20. století. Do Evropy se myšlenka fair trade dostává záhy a to v padesátých letech 20. století. Jednou z prvních zemí Evropy, kde se začaly prodávat výrobky pocházející

¹⁸ BRANDER, Patricia. *Kompas: manuál pro výchovu mládeže k lidským právům*. Praha: Pro Národní institut dětí a mládeže, Českou národní agenturu Mládež vydalo nakl. Argo, 2006. ISBN 80-7203-827-3, s. 387.

¹⁹ Plné znění 10 principů fair trade podle WFTO. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2017 [cit. 2017-02-01,12:18]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/fair-trade/principy/plne-zneni>>

z rozvojových zemí bylo Nizozemí. Zde byla založena organizace SOS, která měla na starosti prodej těchto výrobků.²⁰

V průběhu šedesátých a sedmdesátých let začalo stále více vycházet na světlo světa, za jakých podmínek jsou vyráběny výrobky a především za jakých pracovních podmínek pracují lidé v rozvojových zemích. Ukázalo se, že mnoho pracovníků pracovalo za velmi špatných podmínek po neúměrně dlouhou dobu v nevyhovujícím prostředí. Panovaly zde nerovné podmínky, menší výrobci museli prodávat zboží za zlomek ceny velkým zahraničním obchodníkům. Ti pak výrobek v bohatých zemích prodávali i několikanásobně draž.²¹ V důsledku tohoto zjištění začali pracovníci rozvojových projektů produkty od výrobců třetího světa kupovat a vyvážet je. V té době se prodávaly především drobné rukodělné produkty jako například sošky, oděvy nebo drobné ozdoby.²²

V sedmdesátých letech již v řadě zemí vznikaly projekty, které se soustředily právě na dovoz zboží z třetího světa a následně jeho prodej. Hlavním cílem bylo zajistit možnost obživy místním prodejcům za spravedlivých podmínek. V západní společnosti pak začaly vznikat sítě obchodů, které se zaměřovaly výhradně na prodej výrobků ze zemí třetího světa. Obchody dostaly název – Obchody třetího světa. K výrobkům byly tisknuty informační letáky, ze kterých se kupující dozvěděli o zemi původu a také o výrobcí. Popularita obchodů třetího světa rostla. Spotřebitelé byli znechuceni nejen pracovními podmínkami ale také praktikami některých nadnárodních společností právě v zemích třetího světa. Na tomto základě začali pracovníci Fairtrade jednat se zástupci velkých prodejních řetězců a podařilo se zařadit fair trade výrobky do stálého sortimentu.²³ Se stoupající poptávkou po výrobcích pocházejících ze spravedlivého obchodu se zvyšovala potřeba jednotné koncepce, která měla usnadnit jak spolupráci na mezinárodní úrovni, tak také realizaci a koordinaci aktivit. Tato potřeba jednotné koncepce vedla až k tomu, že roku 1989 vzniká mezinárodní organizace pro fair trade IFTA (International

²⁰ Historie Fair Trade. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2017 [cit. 2017-02-01,12:29]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/o-nas/historie>>

²¹ TOŽIČKA, Tomáš., *Fair trade – spravedlivý obchod* Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, [online]. [cit. 2017-01-31, 11:55]. 2004. ISBN 80-239-4006-6, dostupné z: <http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>, s.2.

²² Tamtéž

²³ TOŽIČKA, Tomáš., *Fair trade – spravedlivý obchod* Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, [online]. [cit. 2017-01-31, 12:05]. 2004. ISBN 80-239-4006-6, dostupné z: <http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>, s.3.

Fair Trade Association, dnes známá jako World Fairtrade Organization -WFTO). Důležité je zmínit také to, že pár let po založení IFTA vzniklo v roce 1994 další sdružení s názvem NEWS!(Network of European World Shops). V roce 1997 pak vznikla organizace FLO (Fairtrade Labelling Organizations International).²⁴

Dnes již mnoho rozvinutých zemí v Evropě i mimo ni má ve svém sortimentu výrobky s označením Fairtrade.²⁵ Podíl fair trade výrobků na celosvětovém trhu stále roste. Všechny produkty, které pocházejí ze spravedlivého obchodu, musí být označeny jednotnou ochrannou známkou FAIRTRADE®. Tuto známku musí přijmout všichni prodejci, kteří prodávají výrobky pocházející ze spravedlivého obchodu.²⁶ Známkou je zaregistrovaná jako ochranná obchodní známka a jejím vlastníkem je Fairtrade International. Známkou má nejen velkou finanční, ale především také morální hodnotu a prezentuje tak celý fair trade systém. Z toho plyne celá řada nařízení či omezení při jejím používání. Jedním ze zásadních omezení je, že známka nesmí být používána na výrobcích, které nepocházejí z férového obchodu.²⁷

1.4 Rozdíl mezi „FAIRTRADE®“ a „fair trade“

Známkou FAIRTRADE® představuje mezinárodní certifikovanou obchodní známku, jejíchž vlastníkem je Fairtrade International, s čímž souvisí, že zákazníci mají jistotu, že během výroby byla dodržována všechna základní kritéria typická pro fair trade.²⁸ S tímto označením se můžeme setkat v největší míře na potravinách pocházejících z Asie, Latinské Ameriky či Afriky. Pojem fair trade pak znamená samotné hnutí či myšlenku.²⁹

²⁴ Historie Fair trade. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. [cit. 2017-01-31,12:37]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/o-nas/historie>>

²⁵ TOŽIČKA, Tomáš., *Fair trade – spravedlivý obchod* Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, [online]. [cit. 2017-01-31, 12:23]. 2004. ISBN 80-239-4006-6,dostupné z:

<http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>.,s.3.

²⁶ Tamtéž

²⁷ Ochrana známka Fairtrade. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-11,11:27]. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/co..a-znamka-fairtrade/znamka-fairtrade>

²⁸ Systém Fairtrade. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-15,15:25]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fair-trade/system-fairtrade/system-fairtrade>>

²⁹ A Fair trade: III. *Snižování negativního dopadu a zvyšování pozitivního dopadu*. Dopadyčeské spotřeby na rozvojové země: Česko proti chudobě [online]. [cit. 2016-12-09,10:35]. Dostupné z: <<https://is.muni.cz/el/1431/jaro2014/ZX501/um/39486738/studie-dopady-spotreby.pdf>>., s. 37.

Známka spotřebitelům zaručuje:

- vyloučení dětské práce, která ohrožuje zdraví a rozvoj dětí
- povinnost obchodníků vyplácet pěstitelům takové ceny, které pokryjí náklady na výrobu a důstojné živobytí
- povinnost zaměstnavatelů vyplácet zaměstnancům alespoň minimální mzdu a respektovat jejich základní pracovní práva³⁰

1.5 Certifikace FAIRTRADE®

Certifikát FAIRTRADE® je udělován společností FLOCERT. Všichni ti, kteří chtějí obchodovat za „férových“ podmínek musí splňovat řadu podmínek a standardů, které pravidelně tato společnost kontroluje. Náklady na certifikace se pohybují podle velikosti podniku. Cena za kontrolu u malých podniků je od 250 EUR za rok. U velkých podniků je to částka do 280 EUR za rok.³¹ Pokud chce být producent certifikován, musí splňovat následující kroky:

1. Vyplnit údaje o své firmě na internetových stránkách FLOCEFT. Následně bude zaslána přihláška s pravidly a požadavky.³²
2. FLOCEFT provede audity, aby zjistil, zda je vše v souladu s příslušnými standardy spravedlivého obchodu. Auditor vždy danou společnost či producenta kontaktuje předem a sdělí mu seznam dokumentů, které potřebuje ke kontrole. Auditor dále provede sérii návštěv, kde vede rozhovory se členy organizace či se samotnými producenty.³³

³⁰ A Fair trade: III. *Snižování negativního dopadu a zvyšování pozitivního dopadu*. Dopadyčeské spotřeby na rozvojové země: Česko proti chudobě [online]. [cit. 2016-12-09,10:41]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1431/jaro2014/ZX501/um/39486738/studie-dopady-spotreby.pdf>, str. 38.

³¹ How it works. FLOCERT assuring fairness [online]. ©2017 [cit. 2017-02-20,14:01]. Dostupné z: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/how-it-works/>

³² How it works. FLOCERT assuring fairness [online]. ©2017 [cit. 2017-02-20,14:01]. Dostupné z: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/how-it-works/>

³³ How it works. FLOCERT assuring fairness [online]. ©2017 [cit. 2017-02-20,14:01]. Dostupné z: <http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/how-it-works/>

3. Po ukončení auditu dá auditor znát výsledky. Pokud se objeví nedostatky, je vždy možnost diskuse a možná náprava.³⁴
4. Pokud je vše v pořádku, postoupí se k prvnímu certifikačnímu cyklu, tento cyklus trvá po dobu tří let. Během té doby jsou prováděny minimálně další dva audity. Pokud je vše v pořádku, může být vydán nový certifikát.³⁵

1.6 Světový den pro fair trade

World Fair Trade Day připadá na druhou květnovou sobotu. V roce 2016 připadl tento den na 14. května. Do této akce se zapojují organizace z více než sedmdesáti států světa a také mnoho jednotlivců. Ve světě je jednou z nejvýznamnějších akcí na oslavu a podporu tohoto dne britská Fairtrade fortnight (Čtrnáct dní fair trade), kterou pořádá Fairtrade Foundation. V České republice pak k nejvýznamnějším akcím patří Férové snídaně, kterých se každým rokem účastní velké množství jednotlivců a měst. Hlavním cílem je především podpořit prohloubení globálního povědomí o samotné fair trade problematice.³⁶

1.7 Limity fair trade

V současné době prodej fairtradových produktů na mezinárodním trhu stále roste. I přes to je podíl na mezinárodním trhu stále kolem 0,01%. Největší motivací spotřebitelů ke koupi výrobků je podpora pěstitelů a výrobců ze zemí třetího světa. Lidé si stále více chtějí kupovat ty výrobky, u nichž je garantováno, že při jejich výrobě nedošlo k opomíjení lidských práv. Další důvod, který vede spotřebitele ke koupi fair trade výrobků je podpora ekologie, jelikož u výrobků fair trade je garantována ekologická nezávadnost produkce. Jeden z hlavních důvodů, proč na mezinárodním trhu tvoří fair trade produkty stále jen 0,01% je především vyšší cena, než na kterou jsou spotřebitelé běžně zvyklí. Zákazníci by si však například díky nejrůznějším kampaním pořádaným jak v České republice, tak také v zahraničí měli uvědomit, proč je cena Fairtradových

³⁴ How it works. FLOCERT assuring fairness [online]. ©2017 [cit. 2017-02-20,14:01]. Dostupné z: <<http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/how-it-works/>>

³⁵ How it works. FLOCERT assuring fairness [online]. ©2017 [cit. 2017-02-20,14:01]. Dostupné z: <<http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/how-it-works/>>

³⁶ WORLD FAIR TRADE DAY 2016. World Fair Trade Organization [online]. ©2014 [cit. 2016-11-15,15:05]. Dostupné z: <<http://wfto.com/events/world-fair-trade-day-2016>>

výrobků vyšší, než u ostatních výrobků. Díky povědomí spotřebitelů o této problematice mohou být jednotlivé kampaně fair trade ve světě velmi úspěšné.³⁷

1.8 Pro a proti fair trade

Pokud hovoříme o fair trade, je důležité zmínit, že se najde jak mnoho příznivců, tak také mnoho odpůrců. Hlavní důvod, proč určitá skupina lidí fair trade podporuje je především ten, že věří, že propagací a koupí fair tradových výrobků přispějí k udržitelnému rozvoji, chrání práva malých pěstitelů a další. Na druhou stranu je zde i mnoho lidí, kteří se na fair trade dívají spíše skepticky. „Odpůrci fair trade tvrdí, že mnohdy není vše tak, jak pravidla fair trade hlásají. Jedním z kritizovaných bodů je garantovaná minimální cena. Ta je podle odpůrců mnohdy nižší než cena, kterou by získali farmáři na volném trhu.“³⁸ Dále je často kritizována cena licence, která je pro mnoho pěstitelů velmi vysoká a oni nemají šanci na ni dosáhnout.

2 Významné světové organizace zabývající se problematikou fair trade

Existuje velké množství světových organizací, které se věnují problematice fair trade. Pro tuto práci jsem tedy vybrala ty nejznámější.

2.1 World Fair Trade Organization (WFTO)

Tato mezinárodní organizace, dříve známá jako IFTA (International Fair Trade Organization), dnes působící pod názvem World Fair Trade Organization je zastřešující organizací pro 300 členských organizací z více než sedmdesáti zemí světa. V rámci sdružení WFTO funguje pět regionálních sdružení v Africe, Pacifiku, Evropě a Latinské Americe.

Zhruba dvě třetiny členů WFTO pocházejí z rozvojových zemí a členství této organizace je velmi různorodé. Můžeme zde nalézt jak velké organizace a dodavatele pro supermarketky, tak i malé producenty či jednotlivce. Světová Fairtradová organizace také

³⁷ NÁDVORNÍK, Ondřej a Andrea VOLFOVÁ, ed. *Společný svět: příručka globálního rozvojového vzdělávání*. Praha: Člověk v tísni - společnost při ČT, 2004. ISBN 80-903510-0-x.,s. 316.

³⁸ Hlasy port fair trade. *Kompletní sortiment ochranných a pracovních pomůcek* [online]. [cit. 2016-12-09,11:23]. Dostupné z: <<http://www.pevi.cz/zajimavosti-z-oboru/pracovni-odevy-s-oznacnim-fair-trade.html>>

vyvinula deset mezinárodních standardů pro fair tradové organizace³⁹ viz kapitola 1.2 Principy fair trade. V souladu s těmito standardy pak mají jednotlivé fair tradové organizace právo používat logo WFTO pro jejich organizace.⁴⁰

2.2 Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)

Fairtrade Labelling Organizations International je mezinárodní certifikační organizace spravedlivého obchodu založena roku 1997 v německém Bonnu. Jejím hlavním cílem bylo sjednotit fair tradové organizace, normy a certifikace. FLO je nezisková organizace, která zastřešuje fair tradové organizace z celého světa. Jednou z nich je také Česká fairtradová asociace. Jedním z hlavních posláních organizace je posílení postavení znevýhodněných producentů a pracovníků v rozvojových zemích.⁴¹ „Organizace dále dohlíží na dodržování přesných pravidel, která platí pro produkci a obchodování s Fairtrade produkty.“⁴²

2.3 EFTA

European Fair Trade Association, zkráceně EFTA je Evropská asociace pro fair trade, člen World Fair Trade Organization. Je to sdružení, ve kterém je zapojeno osm Evropských států – Spojené království, Švýcarsko, Itálie, Španělsko, Německo, Belgie, Francie a Rakousko. Organizace byla založena roku 1987 a její hlavní sídlo je v Nizozemí. Cílem této organizace je podporovat své členy a nabádat je ke vzájemné spolupráci. Díky vzájemné spolupráci mohou členové snadněji uskutečňovat společné cíle. Jedním z hlavních cílů, které si organizace stanovila, je usnadnění spravedlivého obchodování s dodavateli. Členové EFTA obchodují s více než 350-ti dodavateli. Většina produktů, které mají charakter potravin, pochází z Jižní Ameriky. Jedná se pak především o produkty jako je čaj, káva či čokoláda. Naopak většina produktů, které nemají charakter

³⁹ Světová Fairtradová organizace. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-15,15:31]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!fair-trade/wfto>>

⁴⁰ Světová Fairtradová organizace. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-15,15:54]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!fair-trade/wfto>>

⁴¹ HEJKRLÍK, Jiří., *Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice*. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, 2004. ISBN 80-239-4006-6, [online], s. 1, dostupní na [www: <http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>](http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf).,s.14.

⁴² HEJKRLÍK, Jiří., *Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice*. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, 2004. ISBN 80-239-4006-6, [online], s. 1, dostupní na [www: <http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>](http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf).,s.14.

potravin, pocházejí z Asie. V tomto případě se pak jedná především o bytové dekorace, šperky, šály či kuchyňské potřeby.⁴³

2.4 Fair trade Federation

Organizace založena roku 1994 pod názvem North American Alternative Trade (NAATO). Následující rok byl název organizace změněn na Fair trade Federation. Je jedním z členů Světové fair tradové organizace (WFTO). Jedním z hlavních cílů této organizace je podpora podnikatelů a zpřístupnění mezinárodního trhu pro řemeslníky a zemědělce z celého světa.⁴⁴ Hodnoty, které organizace považuje za důležité jsou následující: **aktivní partnerství, obchod jako síla pro pozitivní změnu, společenství** – důležitý je především pocit sounáležitosti a spolupráce, **udržitelné postupy** a v neposlední řadě také **povědomí spotřebitele**.⁴⁵

3 Významné organizace v České republice zabývající se problematikou fair trade, jejich kampaně a projekty

3.1 NaZemi

Jednou z nejvýraznějších organizací v České republice zabývající se fair trade, je organizace NaZemi. Jedná se o nevládní neziskovou organizaci, která sídlí v Brně. Organizace vznikla v roce 2003 pod názvem Společnost pro fair trade a rozvojové vzdělávání. Hlavním cílem organizace bylo přinést koncept spravedlivého obchodu (fair trade) do České republiky a společně s Ekumenickou akademií Praha o.p.s. a organizací Jeden svět se stala členem Asociace pro fair trade. Organizace také v roce 2004 otevřela jeden z prvních obchůdků s fair trade výrobky v České republice, který byl pojmenován NaZemi a také se začala věnovat vzdělávání studentů v problematice globálního vzdělávání a fair trade.⁴⁶ Velkým milníkem NaZemi bylo vstoupení do mezinárodní

⁴³ KOCKEN, Marlike. *What is EFTA?* EFTA: JOINING FAIR TRADE FORCES June 2016: [online]. 2016 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <<https://european-fair-trade-association.org/efta/Doc/2016-What-is-EFTA-long-version.pdf>>, s.1.

⁴⁴ About US. Fair trade Federation: Trade built on truth [online]. ©2017 [cit. 2017-01-11,8:15]. Dostupné z: <<http://www.fairtradefederation.org/about-us/>>

⁴⁵ Our Values. Fair trade Federation: trade built on truth [online]. ©2017 [cit. 2017-01-11,8:33]. Dostupné z: <<http://www.fairtradefederation.org/about-us/our-values/#>>

⁴⁶ MRÁZKOVÁ, Barbora. Založení organizace. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-11,11:51]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/zalozeni-organizace>>

aliance Clean Clothes Campaign (CCC) v roce 2014. Právě asociace Clean Clothes Campaign pomáhá této organizaci vyvíjet tlak jak na zahraniční, tak také na tuzemské oděvní firmy a umožňuje například lepší monitoring pracovních podmínek či přístup k informacím a především následnou změnu. Díky organizaci NaZemi má také široká veřejnost možnost být informována například o tom, za jakých podmínek vzniká jejich oblečení a mnoho dalšího.⁴⁷

Aktuálně se do povědomí široké veřejnosti dostala NaZemi také díky kampani s českou herečkou Annou Polívkovou. Kampaň s názvem Obuj se do toho (Change your shoes) oslovila kolem třiceti milionů lidí z osmnácti zemí světa. Tato kampaň bojuje za změnu podmínek v obuvnickém průmyslu.

V rámci aliance Clean Clothes Campaign (CCC) se podařilo přimět oděvní firmy, aby zaplatily odškodnění a bangladéšští dělníci budou od tragédie v dubnu 2013, kdy se zřítila oděvní továrna, konečně odškodněni. Dále se také organizace v rámci aliance Clean Clothes Campaign zapojila do mezinárodní kampaně regulující letní kolekci společnosti H&M a to v souvislosti s velmi nízkými mzdami šiček v továrnách. Spotřebitelé v rámci kampaně mohli napsat samotné modelce, která byla tváří této kolekce, zda ví, za jakých podmínkách se zboží, kterého je tváří vyrábí. Tato kampaň vzbudila především na sociálních sítích velký ohlas.⁴⁸

Další aktivity, které organizace vyvíjela, byla například koordinace největší fair tradové akce roku a to Férové snídaně. Dále dostala svou výstavu, která se věnovala pěstování kávy do padesáti parků po celé České republice. Na ni bylo navázáno i v roce 2016 výstavou s názvem „Poznej své boty“.⁴⁹

Mezi nejaktuálnější kampaně organizace NaZemi patří kampaň „za důstojnou mzdu“ a „ušili to na nás“.

⁴⁷ ŠTĚPÁNKOVÁ, Gabriela. Stali jsme se součástí úspěšné mezinárodní aliance Clean Clothes Campaign. In: NaZemi [online]. [cit. 2016-11-11,12:02]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/stali-jsme-se-soucasti-uspesne-mezinarodni-aliance-clean-clothes-campaign>>

⁴⁸ ŠTĚPÁNKOVÁ, Gabriela. Stali jsme se součástí úspěšné mezinárodní aliance Clean Clothes Campaign. In: NaZemi [online]. [cit. 2016-11-11,12:25]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/stali-jsme-se-soucasti-uspesne-mezinarodni-aliance-clean-clothes-campaign>>

⁴⁹ Výroční zpráva 2015: Hájíme důstojné pracovní podmínky ve světě [online]. 2016 [cit. 2016-11-12,13:21]. ISBN 978-80-88150-08-4. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/nazemi_vyrocka_2015.pdf>

3.1.1 Kampaň za důstojnou mzdu

„Musím pracovat dlouhé a dlouhé hodiny, protože plat mi nestačí ani na základní živobytí. Navíc jsou na mém platu závislí i moji rodiče.“ Horn Vy, 25-ti letý dělník z oděvní továrny – Kambodža.

Tato kampaň vznikla z důvodu, že dnes se většina oděvů i obuvi vyrábí v továrnách zemí globálního Jihu. Tato část světa je pro oděvní či obuvnické společnosti velmi výhodná, protože zde platí zcela jiné pracovní podmínky, než v západním světě. A i přes to, že zisky společností neustále rostou, pracovní podmínky či platy dělníků se nelepší.⁵⁰ „Důstojná mzda (living wage) je příjem za běžnou pracovní dobu (max. 48 hodin za týden), který poskytne pracujícím a jejich rodinám dostatek finančních prostředků potřebných k naplnění základních životních potřeb a umožní jim žít důstojným životem.“⁵¹ V rámci této kampaně je požadováno, aby společnosti přijaly odpovědnost a vyplácely svým zaměstnancům důstojnou mzdu. Dále je požadováno, aby byla v zemích, kde se továrny nacházejí, stanovena minimální mzda, která by se rovnala mzdě důstojné. V neposlední řadě je požadováno, aby byly zavedeny předpisy, které zajišťují odpovědnost společností za dopady na životy pracujících v jejich továrnách. To zahrnuje také již zmíněná práva na důstojnou mzdu.⁵²

Samotná důstojná mzda se zakládá na těchto krocích. Pracovník musí být schopen pokrýt náklady na základní životní potřeby pro sebe a dalších „dvou spotřebních jednotek“. Jedna „spotřební jednotka“ je brána jako jeden dospělý a dvě děti. Dále je velmi důležité, aby pracovník konzumoval stravu, která činí minimálně 3000 kalorií. Jen tak je schopen kvalitně pracovat. (V Asii představují náklady na stravu polovinu všech životních nákladů.)⁵³

Tato kampaň „za důstojnou mzdu“ je kampaní celosvětovou, která spadá pod záštitu organizace Clean Clothes Campaign (CCC).

⁵⁰ Svět v nákupním košíku: *Kampaň za důstojnou mzdu*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:20]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/dustojnamzda>>

⁵¹ Svět v nákupním košíku: *Kampaň za důstojnou mzdu*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:25]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/dustojnamzda>>

⁵² Svět v nákupním košíku: *Kampaň za důstojnou mzdu*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:33]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/dustojnamzda>>

⁵³ Svět v nákupním košíku: *Kampaň za důstojnou mzdu*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:42]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/dustojnamzda>>

3.1.2 Kampaň „Ušili to na nás“

„ Do práce odcházím, když moje dcera ještě spí. Když se vracím, tak už zase spí. Moji tvář vidí jednou za týden.“ Amanthi, šička v továrně – Srí Lanka

Cílem této kampaně je zlepšit jak pracovní, tak také životní podmínky dělníků v továrnách v rozvojových zemích. Právě odtud pochází většina spotřebního zboží, které je určeno pro evropský trh a majitelé těchto továren nejsou schopni svým zaměstnancům zaručit základní bezpečnost, ani vyplácení důstojných mezd. V těchto továrnách je také běžné porušování lidských práv, i když mnohdy představitelé firem tvrdí, že tomu tak není.⁵⁴

Tato kampaň je zacílena nejen na vlastníky továren, ale také na samotné spotřebitele. Kampaň klade důraz na informovanost spotřebitele, za jakých podmínek bylo vyrobeno zboží, které si kupuje. Cílem kampaně, směrem ke spotřebitelům je vyvolat v České republice diskusi o tom, jak je zboží v zemích třetího světa vyráběno a za jakých podmínek. Směrem k legislativě si pak kampaň klade za cíl spolupracovat s dalšími neziskovými organizacemi a prosazovat změnu legislativy, tzn. aby na výrobním štítku nebylo pouze místo výroby, ale také továrna, kde bylo zboží vyrobeno.⁵⁵

Kampaň je založena na těchto požadavcích: dodržování pracovních podmínek, písemná pracovní smlouva pro všechny zaměstnance, stop nucené práci, stop diskriminaci, stop dětské práci, vyplácení mezd, které jsou nad úrovní existenčního minima, stop nepřiměřeně dlouhé pracovní době, dodržování bezpečnosti práce a ochrana zdraví na pracovišti, poskytování jasných informací firem o svých dodavatelích, převzetí zodpovědnosti za zajištění důstojných pracovních podmínek v celém svém dodavatelském řetězci, kontrola dodržování etických kodexů prováděna nezávislými vícestrannými iniciativami.⁵⁶

⁵⁴ Svět v nákupním košíku: *Oděvy*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:54]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/odevy>>

⁵⁵ Svět v nákupním košíku: *Oděvy*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:54]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/cs/odevy> Svět v nákupním košíku: *Oděvy*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:54]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/odevy>>

⁵⁶ Ušili to na nás: *Kampaň za zlepšení pracovních podmínek v rozvojových zemích* [online]. 2. vydání. Brno, 2011 [cit. 2016-11-14,11:06]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/sites/default/files/usili-to-na-nas.pdf>> ., s. 24.

3.2 Fairtrade Česko a Slovensko

Fairtrade Česko a Slovensko také Fairtrade ČS je další organizací působící v České republice a na Slovensku, která se zabývá fair trade. Organizace působí již od roku 2004, kdy nesla název Asociace pro fair trade. V roce 2009 dosáhla organizace velkého úspěchu, kdy uzavřela smlouvu s Fairtrade International a stala se tak marketingovou organizací pro Českou republiku. V roce 2014 pak organizace převzala záštitu také nad slovenským trhem s férovými produkty.⁵⁷ „Hlavní činností Fairtrade ČS je podpora prodeje fairtradových výrobků v ČR a na Slovensku, zvyšování informovanosti, zapojování spotřebitelů a odborné veřejnosti do podpory fair trade, monitoring používání známky Fairtrade v ČR a na Slovensku a dohled nad udržováním stanovených pravidel pro její použití.“⁵⁸ Mezi hlavní hodnoty Fairtrade ČS patří inkluze, respekt, nezávislost, nediskriminace, odpovědnost, transparentnost, důstojnost a spravedlnost.⁵⁹

3.2.1 Kampaň fandíme Fairtrade

Tato kampaň je první kampaní organizace Fairtrade Česko a Slovensko a zaměřuje se na kávu. Cílem této kampaně je především zvýšit povědomí veřejnosti o Fairtrade a podpořit fairtradovou kávu na našem trhu⁶⁰ Kampaň probíhá od jara 2016.

3.3 Jeden svět

Organizace Jeden svět byla založena roku 1994 v Praze pražskými sbory Českobratrské církve evangelické Vinohrady a Jarov. Původně byla založena jako nadace. Od roku 2001 působí organizace jako obecně prospěšná společnost. Jeden svět je nevládní nezisková organizace, která pracuje na základě dobrovolnosti. Hlavním cílem je pomáhat chudým a postiženým lidem v zemích „třetího světa“ tak, aby si v budoucnu dokázali pomoci

⁵⁷ Historie Fairtrade ČS. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-11,13:39]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!o-nas/nasehistorie>>

⁵⁸ Historie Fairtrade ČS. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-11,13:42]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!o-nas/nasehistorie>>

⁵⁹ Strategie Fairtrade Česko a Slovensko 2016 - 2020 [online]. [cit. 2016-11-08,13:45]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/media/strategie.cef7.pdf>>., s. 8.

⁶⁰ Na jaře začíná první kampaň Fairtrade Česko a Slovensko zaměřená na kávu. In: Fairtrade Česko a Slovensko [online]. 2016 [cit. 2016-11-14,11:32]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/doma/novinky/kavova-kampan-2016>>

sami. Pomoc ze strany organizace tedy spočívá především v prodeji řemeslných výrobků a potravin z rozvojových zemí v Praze v „Obchůdku Jeden svět“.⁶¹

3.4 Ekumenická akademie

Ekumenická akademie působí v České republice od roku 1996. Akademie vychází z kritických a emancipačních ekumenických křesťanských tradic. „Akademie prosazuje alternativní přístupy při řešení současných ekonomických, sociálních a ekologických problémů a přináší je do praxe v podobě konkrétních projektů. Vizí Ekumenické akademie je především spravedlivá, trvale udržitelná a tolerantní společnost.“⁶² Ekumenická akademie je součástí Fairtrade Česko a Slovensko a mnoha kampaní mezi které patří například Česko proti chudobě, Clean Clothes Campaign, Fairtradová města a další.⁶³

3.4.1 Fairtradová města 2016 – 2018

Tato kampaň probíhá v letech 2016 – 2018. Je financována Českou rozvojovou agenturou. Vznikla z toho důvodu, že se dnes stále větší množství obyvatel stěhuje do měst. Dnes ve městě žije více než jedna polovina světové populace a je tedy důležité, aby i ve městech fungoval udržitelný rozvoj. Udržitelný rozvoj, respektive rozšiřování povědomí o něm je hlavním cílem tohoto projektu.⁶⁴

Tento projekt nabízí zapojení obcí, především pak jejich občanů do aktivit, které jsou zaměřeny na udržitelnou spotřebu. Dalšími cíli této kampaně jsou pak následující: odpovědná výroba a spotřeba, konec chudoby, konec hladu, rozvoj mužů a žen, důstojná práce, ekonomický růst a další.⁶⁵

⁶¹ Jeden svět: obecně prospěšná společnost. Obchůdek jednoho světa - Fair Trade [online]. ©2010 [cit. 2016-11-11, 14:16]. Dostupné z: <<http://www.jedensvet.org/o-nas/>>

⁶² O nás. Ekumenická akademie [online]. Praha [cit. 2017-12-8,15:46]. Dostupné z: <<http://ekumakad.cz/cz/o-nas>>

⁶³ O nás. Ekumenická akademie [online]. Praha [cit. 2017-12-8,15:57]. Dostupné z: <<http://ekumakad.cz/cz/o-nas>>

⁶⁴ Fairtradová města 2016-2018. Ekumenická akademie [online]. Praha [cit. 2017-12-8,16:15]. Dostupné z: <<http://ekumakad.cz/cz/projekty/fairtradova-mesta-2016-2018>>

⁶⁵ Tamtéž

3.4.2 Za férové banány. Proč chceme férovější banány?

Další kampaní, kterou propaguje Ekumenická akademie je kampaň s názvem Za férové banány. Na této kampani se dále podílí devatenáct dalších organizací z celého světa. Hlavním cílem této kampaně jsou lepší životní a pracovní podmínky pro lidi, kteří se podílejí na pěstování, sbírání, sklizení a balení tropického ovoce. Neziskové organizace, mezi které patří právě i Ekumenická akademie spolupracují s celou řadou pěstitelů na plantážích z Afriky, Latinské Ameriky a Karibiku. Důvodem, proč tato kampaň vznikla je, že pro mnoho lidí je pěstování tropického ovoce na plantážích hlavní a jediný zdroj příjmu. Často však dochází k ničení životního prostředí a k porušování lidských práv. Organizace, zapojené do tohoto projektu, brání pracovní práva osob pracujících na plantážích či bojují proti ničení životního prostředí. Dále bojují za to, aby se ovoce, které má certifikaci férového obchodu Fairtrade dostalo na prodejní pulty do supermarketů a aby velké obchodní řetězce platily svým dodavatelům férové ceny. Tedy takové, které pokryjí náklady udržitelné produkce.⁶⁶

3.5 Fairtradová města a školy

Jedná se o projekt, který je mezinárodního charakteru a má své zastoupení také v České republice. Kampaň jako taková odstartovala v roce 2001 ve městě Garstang ve Velké Británii. Od té doby počet měst po celém světě neustále roste. Pro představu v roce 2011 bylo více než 1000 Fairtradových měst. V současné době je tato kampaň rozšířena ve 23 zemích a více než 1 300 městech.⁶⁷

Iniciátory této kampaně v České republice jsou od ledna roku 2011 tyto organizace: Ekumenická akademie Praha, NaZemi a Fairtrade Česko a Slovensko. Za první Fairtradová města můžeme v České republice považovat Vsetín a Litoměřice. V témže roce byla spuštěna podkampaň Fairtradové školy a v roce 2012 se prvními Fairtradovými školami staly SŠ a JŠ Volyně a ZŠ Masarykova v Litoměřicích. Jako první vysokou školou, která získala tento titul, byla pak Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích. První Fairtradovou fakultou se stala Ekonomická fakulta

⁶⁶ Proč chceme férovější banány? Za férové banány!: Důstojná práce. Spravedlivý obchod. Udržitelný rozvoj. [online]. Praha [cit. 2017-12-8,16:45]. Dostupné z: <<http://www.zaferovebanany.cz/kampan>>

⁶⁷ O kampani: Historie. Fairtradová města [online]. ©2011 NaZemi [cit. 2017-02-10,10:33]. Dostupné z: <http://www.fairtradovamesta.cz/o_kampani/historie>

v Českých Budějovicích. V současné době je v České republice jedenáct Fairtradových měst a dvacet Fairtradových škol.⁶⁸

Ekonomická fakulta Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích se stala první fakultou v České republice, která nese přízvisko Fairtradová. Stalo se tak dne 22. dubna 2013. Fakulta se za pomoci dalších organizací věnuje osvětě v oblasti fair trade. V minulých letech byly uspořádány výstavy, přednášky, „férové snídaně“ a mnohé další. V současné době lze fair tradové produkty zakoupit na akademické půdě například v automatech na Ekonomické a Přírodovědecké fakultě či v bufetu Café AK v Akademické knihovně JU. V roce 2014 byl v prostorách Ekonomické fakulty otevřen obchůdek, jehož sortimentem jsou také fair trade výrobky.⁶⁹

Fairtradová města a školy je projekt, v rámci kterého jsou označována místa, kde je fair trade podporován. Za hlavní cíle tohoto projektu je považována podpora a osvětla veřejnosti v rámci fair trade. Samotný status s přízviskem „Fairtrade“ je udělován jak obcím, školám, univerzitám, tak také církvím. Pokud chtějí veřejné instituce nést status fairtradové, musí splnit pět základních kritérií, které jsou následující:⁷⁰

- vytvoření řídicí skupiny za účelem podpory fair trade ve městě, škole a další
- město, škola musí oficiálně podporovat fair trade (tato podpora je pak součástí strategických dokumentů)
- v kavárnách a obchodech jsou dostupné fairtradové produkty
- místní média informují o fair trade
- místní organizace fair trade podporují (školy, knihovny, nevládní organizace, církve a další)⁷¹

⁶⁸ O Kampani. Fairtradová města [online] ©2011 NaZemi. [cit. 2017-02-10,10:21]. Dostupné z: <http://www.fairtradovamesta.cz/o_kampani/o_kampani>

⁶⁹ EF JU v Českých Budějovicích: Držitel statusu Fairtradová škola. Fairtradové školy [online]. [cit. 2016-12-14,15:55]. Dostupné z: <<http://www.fairtradeskoly.cz/instituce/ef-ju-v-ceskych-budejovicich~skoly~drzitele>>

⁷⁰ O Kampani. Fairtradová města [online]. ©2011 [cit. 2017-02-10,10:24]. Dostupné z: <http://www.fairtradovamesta.cz/o_kampani/o_kampani>

⁷¹ O Kampani. Fairtradová města [online]. ©2011 [cit. 2017-02-10,10:24]. Dostupné z: <http://www.fairtradovamesta.cz/o_kampani/o_kampani>

4 Metodologie výzkumu

Cíl výzkumu: zjistit informovanost osob žijících v Jihočeském kraji o problematice fair trade. Tento cíl vznikl na základě toho, že se mezi veřejností neustále zvyšuje povědomí o této problematice viz kapitola 1 Představení fair trade a také se v Jihočeském kraji nachází několik škol a měst se statutem Fairtrade viz kapitola 3.5 Fairtradová města a školy.

Pro zpracování tohoto tématu byla nejdříve prostudována literatura, internetové zdroje, brožury a další zdroje, které mi pomohly seznámit se hlouběji s danou problematikou. Následovala samotná realizace bakalářské práce, kdy byly nabyté vědomosti využity ke zpracování jednotlivých kapitol. K samotnému výzkumu bylo motivací také množství měst a škol se statutem „Fairtrade“, které se nacházejí právě na území Jižních Čech. To mě přivedlo na otázku, do jaké míry Jihočeši znají tento pojem a problematiku s ním spojenou.

4.1 Stanovení hypotéz

Hypotézy pro tento výzkum byly nastaveny na základě prostudovaného materiálu týkající se problematiky fair trade. Na základě stanovených hypotéz byly sestaveny otázky, které hypotézy potvrdily či vyvrátily.

Hypotézy stanovené pro výzkum byly následující:

H1

Předpokládám, že minimálně 50% dotázaných zná pojem fair trade.

H2

Předpokládám, že méně než 50% respondentů, kteří znají pojem fair trade, nebude znát žádný z principů fair trade.

H3

Předpokládám, že více než 50% respondentů, kteří znají pojem fair trade bude znát město či školu se statutem „Fairtrade“.

H4

Předpokládám, že mezi respondenty, kteří znají nějakou organizaci zabývající se problematikou fair trade, bude nejvíce známá organizace NaZemi.

4.2 Popis výzkumného souboru

Výzkumným souborem byly osoby žijící v Jihočeském kraji ve věku od 15-ti let napříč věkovými kategoriemi. Minimální věk 15 let byl zvolen především z toho důvodu, protože předpokládám, že mladí lidé v tomto věku, tedy žáci, kteří studují poslední ročník základní školy, případně mají ukončeno povinné základní vzdělání či jsou již studenti prvního ročníku střední školy, učňovských oborů či gymnázií mají alespoň základní povědomí o této problematice z hodin občanské výchovy v rámci výchovy k myšlení v globálních souvislostech viz například rámcový vzdělávací program pro Gymnázia.⁷²

Pro tento výzkum byly získány informace od celkem 112- ti respondentů.

4.3 Metoda výzkumu

Výzkum byl realizován metodou anonymního dotazování. Dotazník byl rozdělen na dvě části. První část byla tvořena z otázek, které se týkaly problematiky fair trade, druhá část dotazníku obsahovala identifikační otázky. Pomocí dotazníkového šetření bylo zkoumáno povědomí obyvatel Jižních Čech o problematice fair trade. Dotazník byl sestaven na základě znalostí z prostudované literatury, brožur, internetových zdrojů a dalších. Obsahoval celkem 15 otázek. „Dotazník je určen výzkumnými otázkami a slouží ke sběru dat.“⁷³ Dotazník se skládal z otázek otevřených a také uzavřených. „Otevřené otázky jsou takové, kdy respondentovi nejsou předloženy žádné varianty odpovědí a tazatel nebo sám respondent zapíše jejich úplné nebo zkrácené znění.“⁷⁴ „Uzavřené otázky jsou nejpoužívanějším typem otázek. Jsou charakteristické úplným výčtem alternativ možných odpovědí, ze kterých respondent vybírá sám nebo

⁷² BALADA, Jan a kol., *Humanitární pomoc a mezinárodní rozvojová spolupráce* in: Rámcový vzdělávací program pro gymnázia: *RVP G*. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, © 2007, ISBN 978-80-87000-11-3, s. 72.

⁷³ PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Přeložil Jan HENDL. Praha: Portál, 2008, ISBN 978-80-7367-381-9, str. 46.

⁷⁴ V. Typy Otázek: *V.2 Otevřené, volné otázky*. Fakulta ekonomická ZČU v Plzni [online]. [cit. 2017-02-20, 12:26]. Dostupné z: <http://www.kge.zcu.cz/pepersonal/PERSON/svoboda/vyuka/typy_otazek.htm>

prostřednictvím tazatele preferovanou jednu nebo několik odpovědí.⁷⁵ Existují různé typy uzavřených odpovědí. Pro tento výzkum byly využity otázky dichotomické, to jsou takové, kdy si respondent zvolí jednu ze dvou možných variant, dále byly použity otázky alternativní, tedy takové, ve kterých je možná jedna odpověď z několika nabízených variant a otázky výčtové, kdy je možno označit více nabízených variant.⁷⁶

4.4 Průběh výzkumu

Ke sběru dat pro bakalářskou práci byla využita kvantitativní metoda formou osobního a elektronického dotazování. „Osobní dotazování je založeno na rozhovoru tazatele s respondentem na základě předem připraveného dotazníku s přesně předepsanými otázkami a většinou také možnostmi odpovědí. Osobní dotazování přináší nejspolehlivější výsledky. Pro osobní dotazování se nejčastěji používá technika PAPI (dotazování s papírovými dotazníky).“⁷⁷ „Elektronické dotazování je takové, kdy ke sběru dat dochází prostřednictvím internetu, při kterém respondent vyplní dotazník na webových stránkách online nebo je mu dotazník či odkaz na něj (URL link) zaslán prostřednictvím elektronické pošty. Jde o jeden z nejrychlejších a současně nejekonomičtějších způsobů rozesílání dotazníků, jejichž distribuce a zpracování zabere přibližně 1-3 týdny.“⁷⁸ Kvantitativní výzkum je taková metoda, kde „látka tvoří kvantitativní šetření o vztahu proměnných, jehož základem je změření určitého počtu proměnných u vzorku lidí použitím dotazníku vyplněného jednotlivými respondenty, přičemž takto získaná data slouží jako základ pro zkoumání vztahů mezi proměnnými.“⁷⁹ Výzkum probíhal formou osobního a elektronického dotazování v rozmezí dvou týdnů začátkem roku 2017. Tento termín byl vybrán záměrně, aby byly výsledky co nejaktuálnější. Před samotným výzkumem probíhalo nastudování problematiky. Na základě toho pak utváření hypotéz a otázek v dotazníku. Po sběru informací pomocí

⁷⁵ V. Typy Otázek: *V.3 Uzavřené otázky*. Fakulta ekonomická ZČU v Plzni [online]. [cit. 2017-02-20,12:33]. Dostupné z: <http://www.kge.zcu.cz/pepersonal/PERSON/svoboda/vyuka/typy_otazek.htm>

⁷⁶ V. Typy Otázek: *V.5 Typy uzavřených otázek*. Fakulta ekonomická ZČU v Plzni [online]. [cit. 2017-02-20,12:39]. Dostupné z: <http://www.kge.zcu.cz/pepersonal/PERSON/svoboda/vyuka/typy_otazek.htm>

⁷⁷ Osobní dotazování: *Face to Face*. Sociologický ústav Av ČR: Centrum pro výzkum veřejného mínění [online]. [cit. 2017-02-29]. Dostupné z: <<http://cvvm.soc.cas.cz/nabidka-vyzkumu/osobni-dotazovani-face-to-face>>

⁷⁸ Způsoby dotazování: *Elektronické dotazování*. WikiKnihovna: Knihovnici sobě [online]. [cit. 2017-02-29]. Dostupné z: <http://wiki.knihovna.cz/index.php?title=Dotazn%C3%ADkov%C3%AD#cite_note-KREISLOV.C3.81-1>

⁷⁹ PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Přeložil Jan HENDL. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9, str. 9.

dotazníků probíhalo jejich zpracování a vyhodnocování výsledků. Respondenti mohli vyplnit dotazník na internetové stránce, ale také na ulicích Jihočeských měst, aby byl zohledněn fakt, že všichni potenciální respondenti nemusejí mít přístup k internetovému připojení.

Při samotném kontaktování a oslovování respondentů jsem se ve velké míře setkala s jejich ochotou spolupracovat. Nejdříve jsem se jim představila, sdělila základní informace o výzkumu, k jakému účelu bude sloužit, upozornila jsem je na jeho anonymitu. Následně probíhal sběr dat, během kterého jsem respondentům nijak nenapovídala. Po dokončení jsem se zeptala na zpětnou vazbu. Byla jsem překvapena, že velké množství dotázaných chtělo slyšet nějaké další informace o zkoumané problematice.

Po získání dostatečného množství informací, byly informace vyhodnoceny a zaznamenány pomocí koláčového, pruhového a sloupcového grafu. Tyto druhy grafů byly vybrány z důvodu jejich přehlednosti.

4.5 Výsledky výzkumu

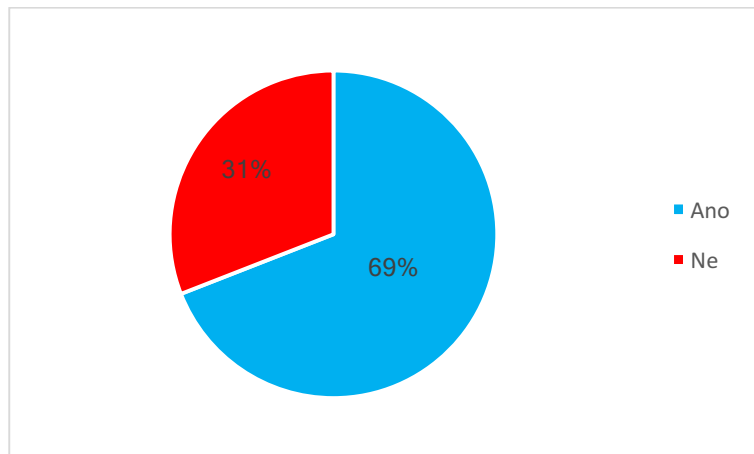
Celkem byly získány odpovědi od 112-ti respondentů. 15 muselo být vyřazeno, protože nesplňovaly základní kritéria pro toto výzkumné šetření. Kritéria jsou více popsána v kapitole 4.2 Popis výzkumného souboru.

Celkový počet dotazníků, které splňoval požadavky, byl 97. Data byla zpracována a vyhodnocena zadáním hodnot do programu Excel. Zpracováním získaných dat byly zjištěny následující výsledky.

Otázka č. 1

Úvodní otázka byla zaměřena na to, zda je respondentům znám pojem fair trade. 67 (69%) respondentů odpovědělo, že ano, zbylých 30 (31%) respondentů označilo odpověď ne.

Graf 1 - Je Vám znám pojem fair trade?

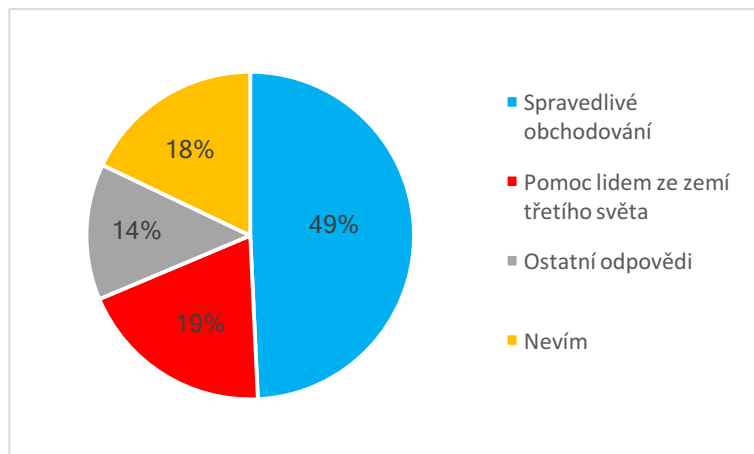


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 2

Následující otázka byla zaměřena na to, co si respondenti pod pojmem fair trade představují. (Odpovídali pouze ti respondenti, kteří v předchozí otázce označili možnost ano, tedy, že je jim pojem fair trade znám.). 33 (49%) respondentů odpovědělo, že si pod pojmem fair trade představují spravedlivé obchodování. 13 (19%) respondentů odpovědělo, že si pod pojmem fair trade představují pomoci lidem ze zemí třetího světa. 9 (14%) respondentů zvolilo jinou odpověď a 12 (18%) respondentů odpovědělo, že neví.

Graf 2 - Co si pod tímto pojmem představujete?

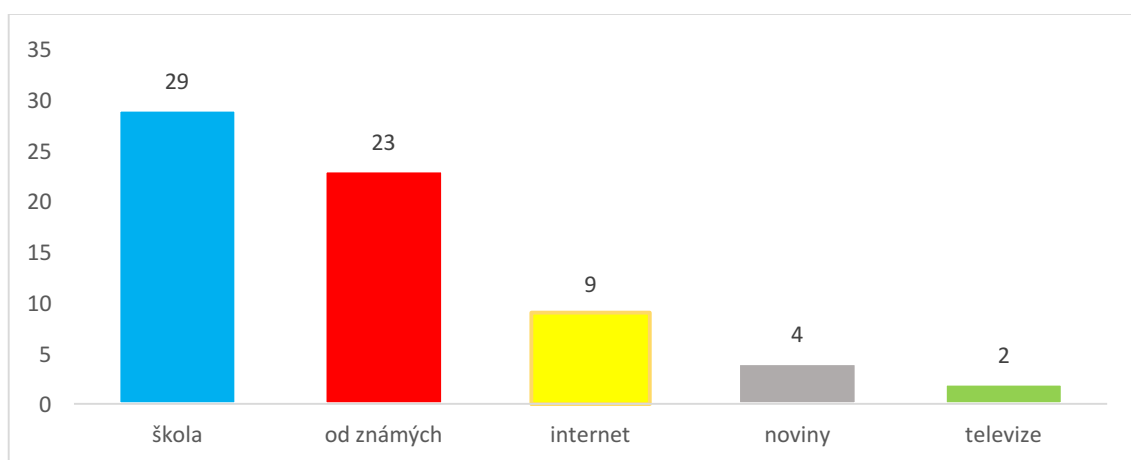


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 3

Třetí otázka byla zaměřena na to, odkud respondenti znají pojem fair trade. Opět odpovídají pouze ti, kteří u první otázky odpověděli ano. Největší počet respondentů a to 29 (43%) odpovědělo, že zná fair trade díky škole. Druhou nejčastější odpovědí byla od známých, tu označilo 23 (34%) respondentů. Následně 9 (14%) respondentů znají fair trade z internetu. Následovala odpověď noviny, kterou zvolili 4 respondenti tedy 6%. Na posledním místě se umístila televize, kterou označily pouze 2 dotazovaní, tedy 3% respondentů.

Graf 3 - Odkud jste se o fair trade dozvěděl/a?



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 4

Otázka číslo čtyři byla zaměřena na principy fair trade. Respondent měl vybrat z nabídky ty principy, které mu byly známy. Opět mohl odpovídat pouze ten, kdo v první otázce odpověděl ano. Respondent mohl označit libovolný počet odpovědí.

Tabulka 1 - Principy fair trade

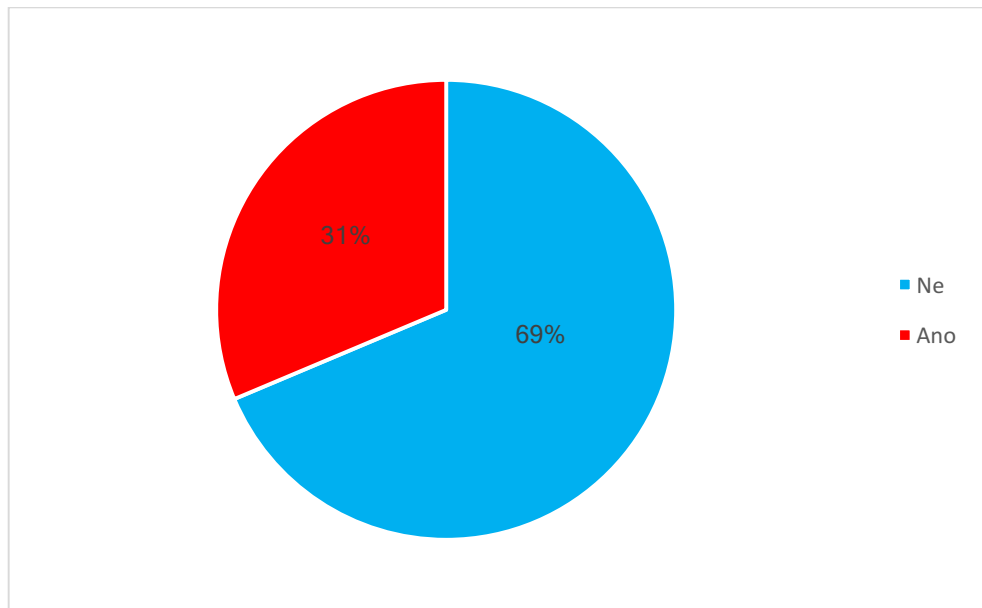
Vytváření příležitostí pro ekonomicky znevýhodněné pěstitele a výrobce	21(8%)
Transparentnost a odpovědnost	13(5%)
Férové obchodní praktiky	26(9%)
Vyplácení férové ceny	44(16%)
Vyloučení dětské a nucené práce	30(11%)
Nediskriminace, rovnost příležitostí, podpora ekonomické soběstačnosti žen a svoboda shromažďování	37(13%)
Dobré pracovní podmínky	43(16%)
Budování kapacit	4(1%)
Propagace fair trade	7(3%)
Ochrana životního prostředí	27(10%)
Žádný z principů mi není znám	23(8%)

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 5

Pátá otázka byla zaměřena na to, zda respondenti znají nějakou tuzemskou či zahraniční organizaci, která prezentuje a zabývá se problematikou fair trade. Ze 67 dotazovaných, tedy těch, kteří v první otázce odpověděli ano, zná organizaci 21 (31%) respondentů. Zbytek, tedy 46 (69%) respondentů označilo, že žádnou organizaci nezná.

Graf 4 - Znáte nějakou tuzemskou či světovou organizaci, která prezentuje problematiku fair trade a zabývá se jí?

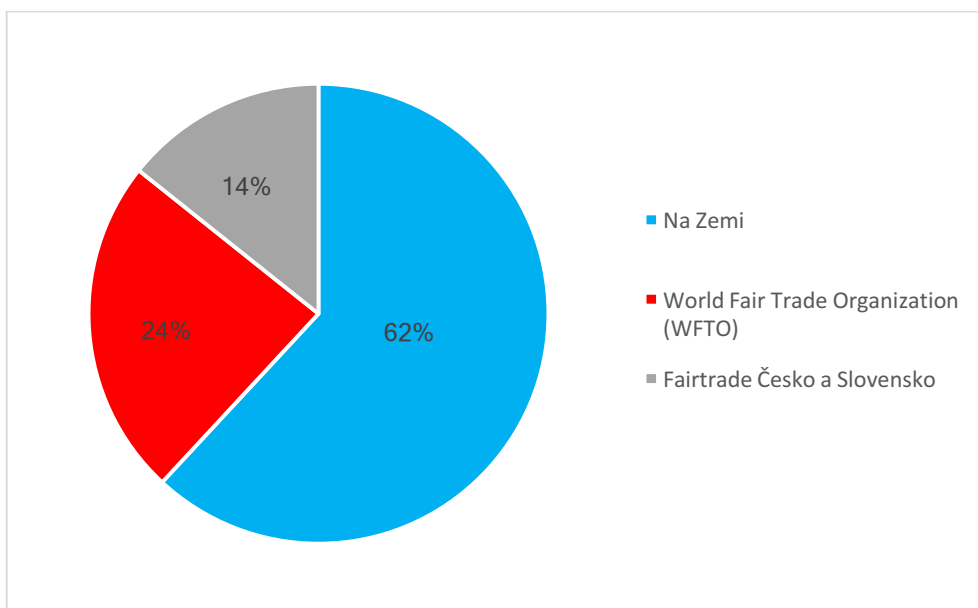


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 6

Na otázku číslo šest odpovídali pouze ti respondenti, kteří v předchozí otázce zvolili možno ano. Odpovídalo tedy 21 respondentů. Tato otázka se zaměřila na to, jaká organizace zabývající se problematikou fair trade je u respondentů nejvíce v povědomí. Nejvíce byla známá organizace NaZemi, tu znalo 13 (62%) respondentů. 5 (24%) respondentů znalo organizaci World Fair Trade Organization a 3 (14%) respondenti znali organizaci Fairtrade Česko a Slovensko.

Graf 5 - Pokud ano, jakou?

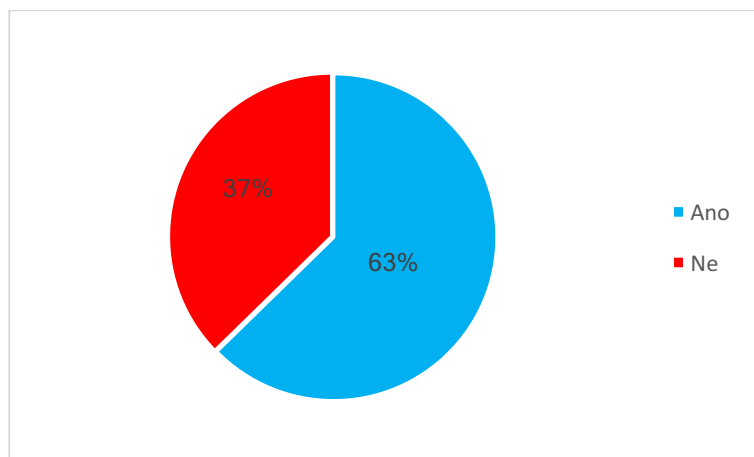


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 7

Tato otázka byla zaměřena na to, zda respondenti ví, že existuje souvislost mezi fair trade a lidskými právy. Opět odpovídali ti, kteří v první otázce označili možnost ano, tedy 67 respondentů. 42 (63%) respondentů odpovědělo, že ano a zbylých 25 (37%) respondentů odpovědělo ne.

Graf 6 - Víte, že fair trade úzce souvisí s lidskými právy?

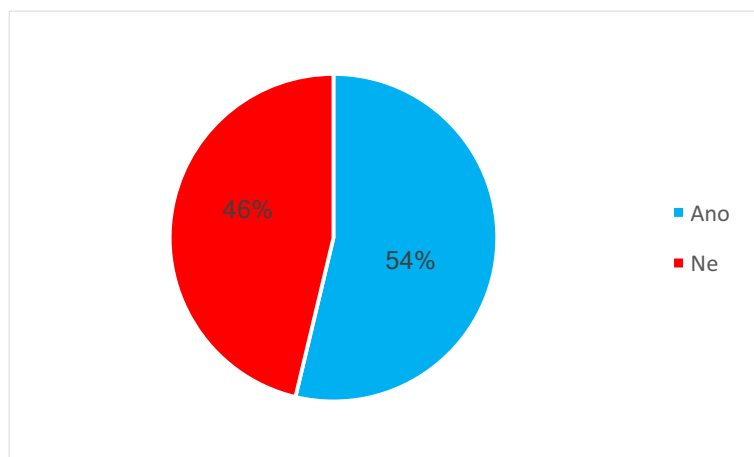


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 8

Následující otázka měla za úkol zjistit, zda respondenti ví, jak jsou označeny výrobky fair trade. Odpovídali opět ti, kteří v první otázce označili odpověď ano, tedy 67 respondentů. 36 (54%) odpovědělo, že ví, jak jsou tyto výrobky označené, zbylých 31 (46%) odpovědělo, že neví.

Graf 7 - Víte jakým způsobem jsou fair tradové výrobky označeny?

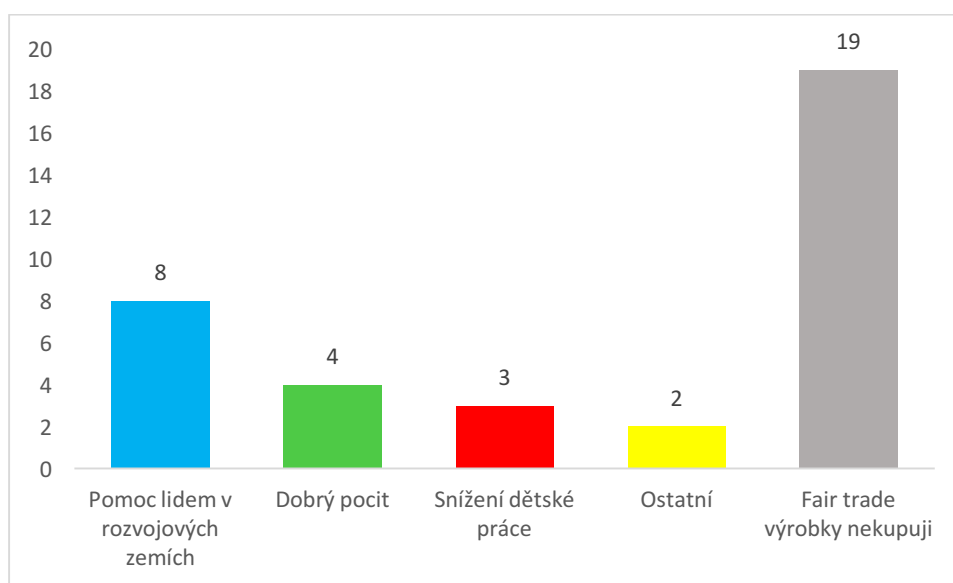


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 9

Otázka číslo devět byla zaměřena na zjištění motivace ke koupi fair trade produktů. Odpovídali ti, kteří v otázce číslo osm označili odpověď ano, tedy, že ví, jak jsou výrobky fair trade označené. To bylo 36 respondentů. Nejvíce 8 (22%) respondentů motivuje ke koupi pomoc lidem v rozvojových zemích. 3 (8%) motivuje snížení dětské práce. 4 (11%) respondenti uvedli, že tyto výrobky kupují pro dobrý pocit a 2 (6%) respondenti odpověděli něco jiného. Ostatní respondenti odpověděli, že fair trade výrobky nekupují. To bylo 19 dotázaných tedy 53%.

Graf 8 - Pokud kupujete fair trade výrobky, jaká je Vaše motivace k jejich koupi?



Zdroj: Vlastní výzkum

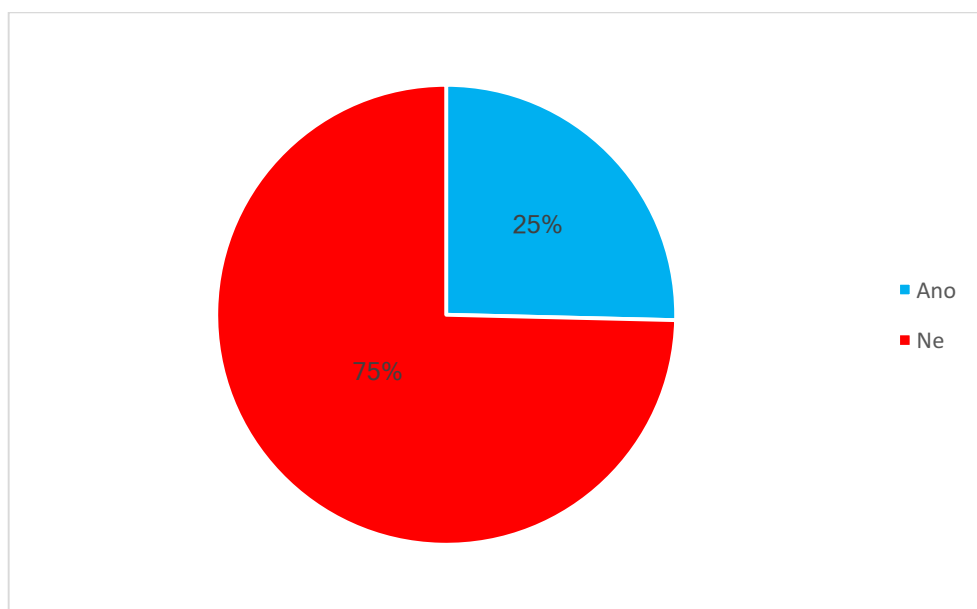
Otázka č. 10

Tato otázka byla zaměřena na to, zda respondenti ví, co je spravedlivá mzda. 36 (54%) respondentů označilo možnost ano, 31 (46%) označilo možnost ne. Respondenti, kteří odpověděli ano, měli dále specifikovat, jak na ni nahlíží. Nejčastější odpovědí bylo, že každý člověk by měl za svou odvedenou práci dostat spravedlivě zaplacenou.

Otázka č. 11

Tato otázka byla zaměřena na to, zda respondenti v nedávné době zaznamenali nějakou kampaň světových či českých organizací zabývající se problematikou fair trade. Opět odpovídali pouze ti, kteří v první otázce označili možnost ano, tedy, že je jim pojem fair trade znám. 17 (25%) respondentů označilo možnost ano, zbylých 50 (75%) respondentů označilo možnost ne. V další části otázky měli respondenti sdělit, jakou konkrétní kampaň znají. Nejvíce byla zmíněna kampaň Obuj se do toho, následovala kampaň s názvem Za Férové banány, Výstava na stromech a Ušili to na nás. Celkový počet osob, který odpovídal na tuto otázku byl 17.

Graf 9 - Zaregistroval/a jste v nedávné době nějakou kampaň světových či tuzemských organizací zabývající se problematikou fair trade?



Zdroj: Vlastní výzkum

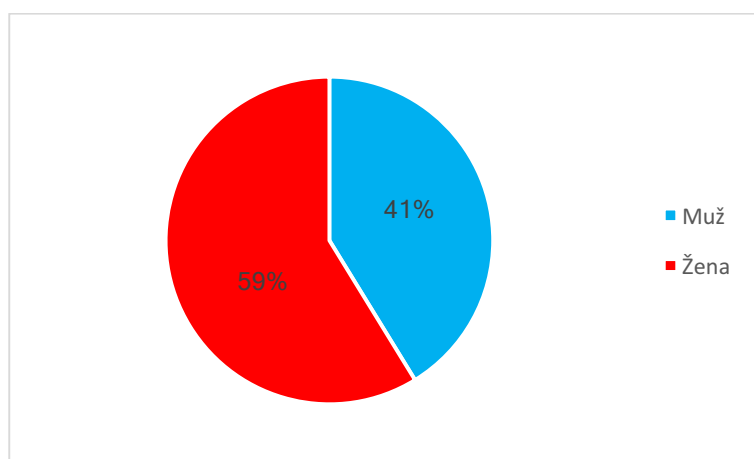
Otázka č. 12

Následující otázky se týkaly toho, zda respondenti znají školu či město, které nese status „Fairtradové“. Nejdříve jsem se ptala na školu. 22 (33%) respondentů odpovědělo, že takovou školu znají, zbylých 45 (67%) respondentů označilo možnost ne. Město znalo 27 (40%) dotázaných a neznalo 40 (60%).

Otázka č. 13

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 57 (59%) žen a 40 (41%) mužů. Celkem tedy 97 respondentů, kteří splňovali podmínky. (Minimální věk 15 let a obyvatel Jihočeského kraje.)

Graf 10 - Jste muž / žena?



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 14

Věk respondentů byl různý. Podmínkou však byl minimální věk 15 let.

Tabulka 2 - Věkové rozpětí

Věk	Znají	Neznají	Celkem
15-20	13	2	15
21-30	31	6	37
31-45	17	7	24
46- 64	6	7	13
65 a více	0	8	8

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 15

Poslední otázka měla za úkol zjistit, zda je dotazovaný obyvatelem Jihočeského kraje. Obyvateli bylo celkem 97 dotázaných. Zbýlých 15 dotázaných nebylo obyvateli Jihočeského kraje a proto museli být z výzkumného šetření vyřazeni.

Z porovnání výsledků se ukázalo, že ve věkové skupině 15 – 20 let zná fair trade 87% dotázaných. Ve věkové skupině 21 – 30 fair trade zná 84% dotázaných. Ve věkové skupině 31 – 45 znalo fair trade 71% dotázaných. Ve věkové skupině 46 – 64 znalo fair trade 46% dotázaných. Ve věkové skupině 65 let a více neznal fair trade žádný z dotázaných, tedy 0%.

4.6 Verifikace Hypotéz

H1

Předpokládám, že minimálně 50% dotázaných zná pojem fair trade.

Celkový počet respondentů, kteří odpovídali předem stanoveným kritériím a mohli být zařazeni do výsledného vyhodnocení, byl 97. Z toho 67 respondentů, tedy 69% odpovědělo, že je jim pojem fair trade znám. Zbýlých 30 respondentů, tedy 31% označilo odpověď ne. Tato hypotéza se tedy potvrdila.

H2

Předpokládám, že méně než 50% respondentů, kteří znají pojem fair trade, nebude znát žádný z principů fair trade.

Žádný z principů fair trade nebyl znám 23 respondentům, tedy 34%. Tato hypotéza se potvrdila.

H3

Předpokládám, že více než 50% respondentů, kteří znají pojem fair trade bude znát město či školu se statutem „Fairtrade“.

33% respondentů označilo odpověď ano, tedy že znají školu se statutem Fairtrade. 67% označilo odpověď ne, tedy, že neznají žádnou školu se statutem Fairtrade. Na otázku, zda respondenti znají město se statutem Fairtrade 40% označilo odpověď ano a 60% označilo odpověď ne. Z toho tedy vyplývá, že méně než 50% dotázaných zná školu či město se statutem Fairtrade. Tato hypotéza se tedy nepotvrdila.

H4

Předpokládám, že mezi respondenty, kteří znají nějakou organizaci zabývající se problematikou fair trade, bude nejvíce známá organizace NaZemi.

Na tuto otázku odpovědělo celkem 21 respondentů. Nejvíce, tedy 62% respondentů napsalo organizaci NaZemi. 24% respondentů napsalo organizaci World Fair Trade Organization a 14% respondentů napsalo organizaci Fairtrade Česko a Slovensko. Tato hypotéza se tedy potvrdila.

5 Diskuse

Po zpracování výzkumného šetření vychází celá řada zajímavých zjištění. Jak ukazuje otázka číslo jedna. Více, než polovina respondentů fair trade zná. Tato odpověď koresponduje s prostudovanými materiály, na které navazuje kapitola 2.3 Vznik a vývoj fair trade a také s první hypotézou, která byla vytvořena právě na základě prostudovaných materiálů. Povědomí o této problematice u široké veřejnosti stále roste. Jistě tomu napomáhá i fakt, že problematika fair trade je již dnes zařazena do rámcového vzdělávacího programu pro gymnázia. S tímto faktem koresponduje konkrétně výsledek otázky číslo tři: „Odkud znáte pojem fair trade?“ Velké množství dotázaných označilo možnosti škola. Druhou nejčastější odpovědí bylo od známých. Odpověď internet, který by se v dnešní době nabízel asi nejvíce, skončil až na třetím místě. Další otázka se týkala principů fair trade. Tomuto tématu se věnuje kapitola 1.2 Principy fair trade. Díky tomu, že principy jsou pro celé fungování fair trade klíčové, dalo by se říci, že na nich fair trade staví, byla zvolena hypotéza číslo dva, která předpokládá, že více než 50% respondentů bude znát nějaký z principů fair trade. Nejvíce známým principem pak bylo vyplácení férové ceny, dobré pracovní podmínky a nediskriminace, rovnost příležitostí, podpora ekonomické soběstačnosti žen a svoboda shromažďování. K fair trade neodmyslitelně patří také spravedlivá mzda zaměstnanců a proto na toto téma byla směřována také jedna z otázek dotazníku. Celkem 36 osob označilo možnost ano. Tedy, že vědí, co to je spravedlivá mzda. Jako doplňující odpověď pak lidé nejčastěji uváděli, že je důležité, aby každý člověk dostal za svou odvedenou práci spravedlivě zapláceno.

Velmi mě překvapil výsledek té otázky, která měla za úkol zjistit, zda respondenti znají nějakou organizaci zabývající se a propagující problematiku fair trade. Na tuto otázku dokázalo odpovědět pouze 21 dotazovaných. Nejvíce respondentů pak dle očekávání napsalo organizaci NaZemi. Tato organizace je jednou z nejznámějších organizací v České republice zabývající se problematikou fair trade. Dále respondenti označili odpověď World Fair Trade Organization a Fairtrade Česko a Slovensko. Tyto odpovědi se shodují s kapitolou 2 Významné zahraniční organizace zabývající se problematikou fair trade a s kapitolou 3 Významné organizace v České republice zabývající se problematikou fair trade, jejich kampaně a projekty. Jak je popsáno v kapitole 3.1 NaZemi, je tato organizace jedna z nejznámějších a jedna z organizací s nejdélejší historií propagující fair trade v České republice. Bylo tedy předpokladem,

že tuto organizaci označí valná většina respondentů. Na tomto základě byla vytvořena hypotéza číslo 4. Tato hypotéza se po zpracování výsledků potvrdila. Podobné výsledky bylo možné vidět také u následující otázky, která měla za úkol zjistit, zda respondenti zaznamenali v nedávné době kampaň týkající se fair trade. Odpověď ano označilo pouze 17 ze 67 respondentů. Nejvíce pak mezi respondenty byla známá kampaň Obuj se do toho, Za férové banány, Výstava na stromech a Ušili to na nás. Kampaň za férové banány je velmi aktuální a je možno ji vidět (únor/březen 2017) v kampusu Jihočeské Univerzity v Českých Budějovicích nedaleko menzy. Výstavu na stromech si mohla Jihočeská veřejnost prohlédnout například v parku Na Sadech nedaleko náměstí v Českých Budějovicích v první polovině října roku 2016. Když po vyplnění dotazníku byla tato informace respondentům sdělena, většina z nich byla překvapena a o ničem takovém nevěděla. Jejich častou odpovědí bylo, že je škoda, že o tom nevěděli, že by se na výstavu došli podívat.

Další otázky se týkaly toho, zda respondenti znají nějaké město či školu se statutem Fairtrade. Úkolem škol a měst, které nesou tento status je mimo jiné také propagace fair trade, jak je popsáno v kapitole 4.5 Fairtradová města a školy. Bylo by tedy logické, že velká část těch respondentů, kteří fair trade znají, bude znát také nějaké město či školu, jelikož je jich v Jižních Čechách několik. Na tom byla postavena také hypotéza číslo tři. Tato hypotéza se nepotvrdila. Z celkem 67 respondentů znalo školu pouhých 22 respondentů a město 27 respondentů, což není ani polovina dotázaných.

Výsledky těchto několika posledních otázek ve mě vzbuzují otázku, zda je fair trade v České republice potažmo konkrétně v Jižních Čechách dostatečně propagován. Většina obyvatel o fair trade již slyšela, avšak z výsledků vyplývá, že pokud se o tuto problematiku nezabývají proto, že je jim blízká, nevyhledávají si sami další informace atd., je zatím stále malá pravděpodobnost, že se k nim dostanou nějaké další rozšiřující informace. Je tedy otázkou zda jednotlivé organizace v České republice, pro které je problematika fair trade klíčová a mimo jiné mají na starosti také propagaci, zvolili dobrý způsob, jak rozšířit tuto problematiku mezi širokou veřejnost. Myslím, že ze 67 respondentů, kteří znají problematiku fair trade, pouze 21 dokáže vyjmenovat minimálně jednu organizaci zabývající se fair trade je dle mého názoru velmi málo.

Během mého dotazníkového šetření mě velmi překvapilo, že mnoho lidí, po vyplnění dotazníku chtělo slyšet více informací o této problematice. Nejčastější otázkou bylo, kde se tyto výrobky dají koupit a následně, jak poznám, že se jedná právě o tyto výrobky. Další častá otázka byla, jaké výrobky pod fair trade spadají. Většina přiznala, že znají jen

kávu, čaj a čokoládu. Když jsem vyjmenovala řadu dalších komodit a výrobků, většinou byli velmi překvapeni. Dále byli také překvapeni, když jsem jim řekla o školách a městech v Jižních Čechách se statutem Fairtrade. Velmi častá odpověď byla, že tyto města či školy znají, ale že neměli tušení, že jsou součástí takovéto kampaně. Tyto odpovědi mě přivádí ke stejné otázce, jako jsem psala již výše, zda by právě i školy a města neměli dělat více aktivit pro širokou veřejnost a zvýšit tak povědomí o fair trade.

Dotazníkové šetření jsem nejdříve brala pouze jako prostředek, jak získat potřebné informace. Když jsem ale viděla zájem respondentů o tuto problematiku, brala jsem toto šetření nejen k získání informací, ale také jako možnost k předávání nových informací. Mým cílem v žádném případě nebylo fair trade vychválit, jak zmiňuje také kapitola 1.8 Pro a proti fair trade, vše má své pozitivní i negativní stránky. Cílem bylo předat informace, které by v respondentovi vzbudily zájem prozkoumat tuto problematiku.

Závěr

Cílem práce bylo za pomoci nastudované literatury a dalších zdrojů představit problematiku fair trade, jeho principy, působení ve světě i v České republice. Představení nejdůležitějších organizací a kampaní, jak tuzemských, tak také zahraničních. Základní představení problematiky se mi podařilo naplnit jednak v jednotlivých kapitolách této práce, tak především během sběru dat mezi širokou veřejností. Zde mě až překvapilo, jaký zájem byl ze strany respondentů dozvědět se něco více o této problematice.

Výzkum se zaměřil na povědomí obyvatel Jižních Čech o problematice fair trade. Drobným problémem se dle mého názoru zdálo být, nedostatečné množství literatury v českém jazyce. Většina informací, které jsem získala byla buďto ze zahraničních či internetových zdrojů. Bylo tedy důležité rozeznávat, které zdroje jsou věrohodné a které nikoli. Jak ukázaly výsledky výzkumu, samotný pojem fair trade byl mezi Jihočeskou veřejností poměrně známý, avšak pokud byl výzkum rozebrán podrobněji ukázalo se, že hlubší informovanost o této problematice u Jihočeské veřejnosti je vcelku malá.

Výzkum byl realizován během dvou týdnů, aby měli respondenti rovnocenné podmínky a probíhal jednak prostřednictvím internetu, tak také na ulicích Jihočeských měst a vesnic. Tento způsob byl zvolen z toho důvodu, aby se k výzkumu měli možnost dostat lidé různých věkových skupin.

Cílem bylo nejen získání dat pro následné vyhodnocení výsledků, ale také předání nových informací o této problematice. Tento cíl vyplynul až v průběhu výzkumu.

Zpracování této práce pro mě bylo velmi obohacující. Ač jsem již z doby, kdy jsem chodila na střední školu, měla určité povědomí o tomto tématu, během několika měsíčního studování literatury, dalších zdrojů a následném psaní samotné práce jsem se dozvěděla mnoho nových, někdy překvapujících ale především velmi užitečných informací, které jsem v práci zpracovala. Během zpracování práce jsem měla možnost setkat se s mnoha rozdílnými názory. Někteří lidé fair trade podporovali, někteří nikoli. Já jsem vycházela z toho přesvědčení, že je důležité, aby bylo mezi širokou veřejností rozšířeno alespoň základní povědomí o této problematice a dále je pak již na každém jedinci, zda se rozhodne zabývat se touto problematikou více do hloubky, případně ji podporovat či ne. Tato práce může sloužit k získání základního povědomí o problematice fair trade, jelikož je v práci vysvětleno, co to fair trade je, dále jsou zde popsány jeho principy, nejdůležitější organizace a kampaně. Práce je tedy určena všem, kteří se zajímají o danou problematiku, či pouze chtějí získat informace o této problematice.

Použité zdroje

Literatura

- BALADA, Jan a kol., *Humanitární pomoc a mezinárodní rozvojová spolupráce* in: Rámcový vzdělávací program pro gymnázia: RVP G. Praha: Výzkumný ústav pedagogický v Praze, © 2007, ISBN 978-80-87000-11-3, s. 72
- BRANDER, Patricia. *Kompas: manuál pro výchovu mládeže k lidským právům*. Praha: Pro Národní institut dětí a mládeže, Českou národní agenturu Mládež vydalo nakl. Argo, 2006. ISBN 80-7203-827-3.
- *Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice*. Praha: Asociace pro Fairtrade - Ekumenická akademie, 2004. ISBN 80-239-4006-6.
- NÁDVORNÍK, Ondřej a Andrea VOLFOVÁ, ed. *Společný svět: příručka globálního rozvojového vzdělávání*. Praha: Člověk v tísní - společnost při ČT, 2004. ISBN 80-903510-0-x
- PUNCH, Keith. *Základy kvantitativního šetření*. Přeložil Jan HENDL. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9.
- RANSOM, David. *Fair trade*. Brno: Doplněk, 2011. Společensko-ekologická edice. ISBN 978-80-7239-258-2.

Internetové zdroje

- About US. Fair trade Federation: *Trade built on truth* [online]. ©2017 [cit. 2017-01-11,8:15]. Dostupné z: <<http://www.fairtradefederation.org/about-us/>>
- A Fair trade: III. *Snižování negativního dopadu a zvyšování pozitivního dopadu*. Dopady české spotřeby na rozvojové země: Česko proti chudobě [online]. [cit. 2017-12-09,10:35]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1431/jaro2014/ZX501/um/39486738/studie-dopady-spotreby.pdf>, str. 38
- Co je Fair Trade. *Fairtrade Česko a slovensko* [online]. ©2017 [cit. 2017-01-31, 11:54]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!/fair-trade>>
- EF JU v Českých Budějovicích: Držitel statusu Fairtradová škola. Fairtradové školy: <http://www.fairtradoveskoly.cz> [online]. [cit. 2016-12-14,15:46]. Dostupné z: <<http://www.fairtradoveskoly.cz/institute/ef-ju-v-ceskych-budejovicich~skoly~drzitele>>
- Fairtradová města 2016-2018. Ekumenická akademie [online]. Praha [cit. 2017-12-8,16:15]. Dostupné z: <<http://ekumakad.cz/cz/projekty/fairtradova-mesta-2016-2018>>

- HEJKRLÍK, Jiří., *Kdo hlídá spravedlivý obchod*. Fair trade: Spravedlivý obchod v České republice. Praha: Asociace pro Fairtrade – Ekumenická akademie[online]. 2004 [cit. 2017-03-08]. ISBN 80-239-4006-6. Dostupné z: <http://aa.ecn.cz/img_upload/bec9f888010e9f21bb1cdb470322b7c6/brozura_fair_trade.pdf>
- Historie Fair Trade. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2017 [cit. 2017-02-01,12:29]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/o-nas/historie>>
- Historie Fairtrade ČS. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-11,13:39]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!o-nas/nasehistorie>>
- Hlasy proti fair trade. *Kompletní sortiment ochranných a pracovních pomůcek* [online]. [cit. 2017-12-09,11:23]. Dostupné z: <<http://www.pevi.cz/zajimavosti-z-oboru/pracovni-odevy-s-oznaceni-fair-trade.html>>
- How it works. FLOCERT assuring fairness [online]. ©2017 [cit. 2017-02-20,14:01]. Dostupné z: <<http://www.flocert.net/fairtrade-services/fairtrade-certification/how-it-works/>>
- Jeden svět: obecně prospěšná společnost. Obchůdek jednoho světa - Fair Trade [online]. ©2010 [cit. 2016-11-11, 14:16]. Dostupné z: <<http://www.jedensvet.org/o-nas/>>
- KOCKEN, Marlike. *Whait is EFTA? EFTA: JOINING FAIR TRADE FORCES* June 2016: [online]. 2016 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <https://european-fair-trade-association.org/efta/Doc/2016-What-is-EFTA-long-version.pdf>, str.1.
- KOMÍNEK, Stanislav. *Infolist o Fairtrade*. In: *NaZemi* [online]. [cit. 2017-01-31, 12:58]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/infolist_o_fair_trade.pdf>
- Lidská práce a dětská práce. Make chocolate fair! [online]. ©2013 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <<http://cz.makechocolatefair.org/kakao/lidska-prava-detska-prace>>
- MRÁZKOVÁ, Barbora. Založení organizace. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-11,11:51]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/cs/zalozeni-organizace>
- Na jaře začíná první kampaň Fairtrade Česko a Slovensko zaměřená na kávu. In: Fairtrade Česko a Slovensko [online]. 2016 [cit. 2016-11-14,11:32]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/doma/novinky/kavova-kampan-2016>>
- Není to úplně v pytli: *Férový obchod existuje*. In: *NaZemi* [online]. ©2013. [cit. 2016-11-11,11:39]. Dostupné z: <http://www.nazemi.cz/sites/default/files/brozura_o_fair_trade_nazemi2013_0.pdf>, s. 3.

- Ochráná známka Fairtrade. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-11,11:27]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/co..a-znamka-fairtrade/znamka-fairtrade>>
- O nás. Ekumenická akademie [online]. Praha [cit. 2017-12-8,15:57]. Dostupné z: <<http://ekumakad.cz/cz/o-nas>>
- Our Values. Fair trade Federation: *trade built on truth* [online]. ©2017 [cit. 2017-01-11,8:33]. Dostupné z: <<http://www.fairtradefederation.org/about-us/our-values/#>>
- O kampani. Fairtradová města [online]. ©2011. NaZemi [cit. 2017-02-10,10:24]. Dostupné z: <http://www.fairtradovamesta.cz/o_kampani/o_kampani>
- O kampani: Historie. Fairtradová města [online]. ©2011 [cit. 2017-02-10,10:33]. Dostupné z: <http://www.fairtradovamesta.cz/o_kampani/historie>
- Osobní dotazování: Face to Face. Sociologický ústav Av ČR: Centrum pro výzkum veřejného mínění [online]. [cit. 2017-02-29]. Dostupné z: <<http://cvvm.soc.cas.cz/nabidka-vyzkumu/osobni-dotazovani-face-to-face>>
- Plné znění 10 principů fair trade podle WFTO. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2017 [cit. 2017-02-01,12:18]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/fair-trade/principy/plne-zneni>>
- Proč chceme férovější banány? Za férové banány!: Důstojná práce. Spravedlivý obchod. Udržitelný rozvoj. [online]. Praha [cit. 2017-12-8,16:45]. Dostupné z: <<http://www.zaferovebanany.cz/kampan>>
- Strategie Fairtrade Česko a Slovensko 2016 - 2020 [online]. [cit. 2016-11-08,13:45]. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/media/strategie.cef7.pdf>, s 8.
- STRATEGIE 2016-2020. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2011-11-11,13:51]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!o-nas/strategie-2016-2020>>
- Svět v nákupním košíku: *Kampaň za důstojnou mzdu*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:20]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/dustojnamzda>>
- Svět v nákupním košíku: *Oděvy*. NaZemi [online]. [cit. 2016-11-14,10:54]. Dostupné z: <<http://www.nazemi.cz/cs/odevy>>
- Světová Fairtradová organizace. Fairtrade Česko a Slovensko [online]. ©2016 [cit. 2016-11-15,15:31]. Dostupné z: <<http://www.fairtrade-cesko.cz/#!fair-trade/wfto>>

Seznam grafů a tabulek

Graf 1 - Je Vám znám pojem fair trade?	29
Graf 2 - Co si pod tímto pojmem představujete?	29
Graf 3 - Odkud jste se o fair trade dozvěděl/a?	30
Graf 4 - Znáte nějakou tuzemskou či světovou organizaci?	32
Graf 5 - Pokud ano, jakou?	33
Graf 6 - Víte, že fair trade úzce souvisí s lidskými právy?.....	34
Graf 7 - Víte, jakým způsobem jsou fair tradové výrobky označeny?	34
Graf 8 - Pokud kupujete fair trade výrobky, jaká je Vaše motivace k jejich koupi?	35
Graf 9 - Zaregistroval/a jste v nedávné době nějakou kampaň světových či tuzemských organizací zabývající se problematikou fair trade?	36
Graf 10 - Jste muž / žena?	37
Tabulka 1 - Principy fair trade	31
Tabulka 2 - Věkové rozpětí.....	37

Přílohy

Příloha I.

Vzorový dotazník

1. Je Vám znám pojem fair trade?

- A) Ano
- B) Ne

2. Co si pod tímto pojmem představujete?

3. Odkud jste se o fair trade dozvěděl/a?

- A) Noviny
- B) Televize
- C) Internet
- D) Škola
- E) Od známých

4. Jaké principy fair trade jsou Vám známy? (zakroužkujte libovolný počet odpovědí)

- A) Vytváření příležitostí pro ekonomicky znevýhodněné pěstitele a výrobce
- B) Transparentnost a odpovědnost
- C) Férové obchodní praktiky
- D) Vyplácení férové ceny
- E) Vyloučení dětské a nucené práce
- F) Nediskriminace, rovnost příležitostí, podpora ekonomické soběstačnosti žen a svoboda shromažďování
- G) Dobré pracovní podmínky
- H) Budování kapacit
- I) Propagace fair trade
- J) Ochrana životního prostředí
- K) Žádný z principů mi není známý

- 5. Znáte nějakou tuzemskou či světovou organizaci, která se problematikou fair trade zabývá?**
- A) Ano
 - B) Ne
- 6. Pokud ano, jakou?**
- 7. Víte, že fair trade úzce souvisí s lidskými právy?**
- A) Ano
 - B) Ne
- 8. Víte, jakým způsobem jsou fair trade výrobky označeny?**
- A) Ano
 - B) Ne
- 9. Pokud kupujete fair trade výrobky, jaká je Vaše motivace k jejich koupi?**
- 10. Víte, co je spravedlivá mzda?**
- A) Ano
 - B) Ne

Jak na ni nahlížíte?

11. Zaregistroval/a jste v nedávné době nějakou kampaň světových či tuzemských organizací zabývající se problematikou fair trade?

- A) Ano
- B) Ne

Pokud ano, jaká to byla?

12. Znáte nějakou školu v České republice se statutem Fair trade?

- A) Ano
- B) Ne

Znáte nějaké město v České republice se statutem fair trade?

- A) Ano
- B) Ne

13. Jste?

- A) Muž
- B) Žena

14. Váš věk:

- A) 15 – 20
- B) 21 – 30
- C) 31 – 45
- D) 46 – 64
- E) 65 a více

15. V Jižních Čechách

- A) Žiji
- B) Nežiji

Abstrakt

BESTREJKOVÁ, J. *Představení fair trade a povědomí Jihočeské veřejnosti o tomto globálním tématu*. České Budějovice, 2017. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Teologická fakulta. Katedra etiky, psychologie a charitativní práce. Vedoucí práce Mgr. Veronika Zvánovcová, Ph.D.

Klíčová slova: fair trade, lidská práva, fairtradové školy a města, kampaně fair trade, organizace fair trade

Bakalářská práce se zabývá představením problematiky fair trade ve světě a v České republice. Nejprve je v práci představen samotný fair trade, jeho vývoj a propojení s lidskými právy. Následně se práce zabývá představením důležitých světových a tuzemských organizací propagujících fair trade a jejich kampaní. Cílem bakalářské práce bylo, za pomoci literatury a dalších dostupných zdrojů, představit fair trade, jeho principy a působnost ve světě, ale také v České republice. Dále pak zjistit, jaké povědomí má o fair trade Jihočeská veřejnost. Pro naplnění cíle byly využity získané znalosti z prostudovaných materiálů a dále pak výsledky z kvantitativního výzkumu, který probíhal formou anonymního dotazování. Na základě prostudovaných materiálů byly pro tuto práci stanoveny čtyři hypotézy, na základě kterých byly sestaveny otázky v anonymním dotazníku. Tato práce je určena všem, kteří se chtějí dozvědět základní informace o fair trade, případně si chtějí rozšířit vědomosti o této problematice o principech fair trade, jeho propojení s lidskými právy, dále pak o organizacích, které se zabývají fair trade, jejich kampaněmi a další.

Abstract

BESTREJKOVÁ, J. *Introduction of fair trade and awareness of this global topic in South Bohemia*. České Budějovice, 2017. Bachelor thesis. University of South Bohemia in České Budějovice. Faculty of Theology. Department of Ethics, Psychology and Charity Work. Thesis supervisor Mgr. Veronika Zvánovcová, PhD.

Key words: fair trade, human rights, fair trade schools and cities, fair trade campaigns, fair trade organizations

This bachelor thesis focused on introduction of fair trade in the world and in the Czech Republic. At the beginning of this bachelor thesis is introduced fair trade, development of fair trade and connecting with human rights. Then there are introduced main organizations and campaigns in the world and in the Czech Republic. The aim of this bachelor thesis was with literature and other sources to introduce fair trade, principles of fair trade and activity in the world and in the Czech Republic. The next step was to find out, how big is awareness about fair trade in South Bohemia. For meeting aims were used knowledge from literature and other sources and from the results of quantitative research. On the basis of read up materials were established four hypotheses. On the basis of these hypotheses were compiled questions. This bachelor thesis is intended for all people, who wants to know some basic information about fair trade or they want to know some more other information about fair trade principles, about connection with human rights or for all who want to know some information about fair trade organizations and their campaigns.