

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze bakalářské práce

**Proces zavádění známky Fair Trade
v České republice**

Martina Bártová

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Bakalářská práce je zaměřena na alternativní druh obchodu Fair Trade. Tento koncept si v České republice začíná budovat své místo díky rozšiřujícímu se povědomí a zájmu spotřebitelů o fairtradové výrobky. Hlavní myšlenkou konceptu Fair Trade je pomoci zlepšovat životní podmínky pěstitelům v rozvojových zemích. Úvodem jsou shrnuty pojmy, definice, pravidla a historie, které pomáhají vysvětlit, co pojem Fair Trade znamená. Hlavní téma literární rešerše se zabývá udělováním certifikační známky Fair Trade a vysvětlením rozdílů mezi podobnými certifikacemi, které se ve světě používají.

Praktická část bakalářské práce se zabývá povědomím o konceptu Fair Trade, jeho nedostatky a možnostmi prodeje fairtradových produktů v České republice. Podle zjištěných výsledků má tento koncept nedostatky zejména v propagaci a vysoké ceně produktů, ale i přesto jeho oblíbenost v posledních letech stoupá. Výsledky dotazníkového šetření potvrzují, že spotřebitelé i obchodníci mají zájem obchodovat s fairtradovými produkty. Aby tomu tak bylo i v budoucnosti, je vhodné rozšířit povědomí o konceptu Fair Trade mezi spotřebiteli a rozšířit propagaci.

Klíčová slova

FairTrade, Rainforest, UTZ, certifikace, známka

Cíl práce a metodika

Cílem bakalářské práce je navrhnout zlepšení systému získávání a udělování certifikační známky Fair Trade v České republice na základě kvantitativního průzkumu zaměřeného na spotřebitele, majitele a zaměstnance, kteří se zabývají obchodováním s výrobky Fair Trade. U spotřebitelů zjistit, jaké mají povědomí o Fair Trade a jak jsou informováni.

Pro vypracování teoretické části bakalářské práce budou použita sekundární data, která budou získána z tištěných odborných publikací a webových stránek týkajících se Fair Trade. V České republice je nedostatek tištěných dokumentů zabývajících se touto problematikou. Z tohoto důvodu byla použita literatura v anglickém jazyce, která je ve světě rozšířená.

Pro vypracování praktické části bakalářské práce byla použita primární data. Tato data byla získána pomocí kvantitativního výzkumu. Tento výzkum byl zaměřen na spotřebitele, majitele a zaměstnance obchodů. Odpovědi byly zaznamenány pro pozdější analýzu. Elektronické zpracování programem SPSS Statistics 22 pomocí chí-kvadrát testu nezávislosti v kontingenční tabulce poslouží jako hlavní zdroj pro proces zdokonalení udělování certifikační známky FAIRTRADE a rozšiřování zájmu spotřebitelů.

Úvod

Lidé v rozvojových zemích se většinou živí pěstováním plodin jako jsou banány, kakao, káva či bavlna. Za tuto těžkou práci nejsou spravedlivě ohodnoceni. V těchto zemích musejí těžce pracovat děti na úkor svého vzdělání. Země jsou často závislé na vývozu jedné plodiny. Tomuto nežádoucímu jevu se snaží zabránit koncept Fair Trade. Umožňuje lidem ve třetích zemích, aby se vlastní pomocí vysvobodili z chudoby a začali žít kvalitní život. Také podporuje zlepšování životního prostředí. Při pěstování plodin se klade důraz na ochranu životního prostředí. Aby bylo možné tento koncept kontrolovat, jsou stanoveny principy a pravidla. Musejí se platit i poplatky za licence. Každý, kdo se zapojí do obchodování s produkty, musí mít licenci. Celosvětově se konceptem Fair Trade zabývají různé mezinárodní společnosti. Ve světě je to například Fair Trade International nebo FLO-CERT. V České republice to je Fair Trade Česko a Slovensko.

Existují i další certifikace podobné Fair Trade. Jsou to UTZ Certified a Rainforst Alliance. S konceptem Fair Trade mají některé principy stejné, ale v pár bodech se liší. Zájem vyspělých zemí o tuto formu alternativního obchodu se zvyšuje. Je to způsobeno tím, že se svět vzájemně propojuje. Lidé mají informace o stavu obyvatel v zemích globálního Jihu a snaží se přispět ke zlepšení podmínek v těchto zemích. Více se zapojují západní země. Ve východních zemích si koncept Fair Trade své místo stále buduje a snaží se prosadit cestou, jak zlepšit podmínky pro rozšiřování konceptu Fair Trade a zvyšování zájmu o certifikaci v České republice, je podporovat propagaci, zvyšovat informovanost a zájem veřejnosti o certifikované produkty.

Závěr

V bakalářské práci byla nastíněna historie a význam Fair Trade. Dále bylo podrobně rozebráno udělování certifikační známky a porovnání s vybranými certifikacemi, které se ve světě používají. Fair Trade je alternativní obchod, pomocí něhož mohou pěstitelé mít lepší život. Bylo provedeno dotazníkové šetření, zaměřené na obchodníky, zaměstnance a spotřebitele. Pomocí něho bylo zjišťováno, jaké povědomí a zájem mají lidé o fairtradové produkty. Na základě získaných odpovědí a pomocí statistických metod bylo navržen doporučení pro udělování certifikační známky, zvyšování prodeje a zájmu o fairtradové produkty.

Podle výsledků kvantitativního výzkumu nejčastěji nakupovanými produkty jsou káva, čaj a čokoláda, také fairtradová bavlna začíná být oblíbená mezi spotřebiteli. Největší nedostatky spotřebitelé vidí v propagaci. Informační plakáty by se měli objevovat na ulicích nebo v novinách. V televizi by měla být krátká reklama o situaci pěstitelů, proč vznikl koncept Fair Trade a co všechno v sobě skrývá. Spotřebitelé nedostanou informace v řetězcích, kde se fairtradové produkty nabízejí. Prodáváči by měli být proškoleni, aby mohli spotřebitelům osvětlit, proč si daný výrobek koupit. Měly by být k dispozici i informační letáky, které by byly umístěny u fairtradových produktů. Dalším problémem je vyšší cena. Je to způsobeno kvalitou produktů, náklady na ochranu životního prostředí a vyššími platbami pro pěstitelé za jejich produkty. Prodejny v České republice jsou nerovnoměrně zastoupeny. Největší výběr mají lidé v Praze a Středočeském kraji. Na základě chí-kvadrát testu bylo zjištěno, že je spotřeba závislá na místě bydliště. Proto by bylo dobré, zvýšit nabídku produktů v řetězcích jako jsou dm drogeria markt s.r.o. Tesco, Tchibo nebo Marks and Spencer.

Pomalu se zvyšuje zájem obchodníků o prodej certifikovaných produktů. Větší zájem by mohlo vyvolat rozesílání letáků, které informují o možnostech, jak získat certifikaci a začít obchodovat. Někteří se o certifikaci nezajímají, jelikož nevědí, že koncept Fair Trade existuje a že i oni mají možnost s produkty obchodovat. Prodejci by uvítali, kdyby bylo poskytováno bezplatné školení pro jejich zaměstnance a byly jim zasílány informační letáky. Pokud spotřebitelé budou nakupovat fairtradové produkty, tak se bude zvyšovat zájem o certifikaci. Těmito kroky dojde ke zvýšení spotřeby fairtradových produktů a k růstu zájmu o certifikaci ze strany obchodníků.

Vybrané zdroje

1. MIMRA, Robert a HRUŠKA, Jiří. Jak globálně vzdělávat Katalog materiálů a nástrojů psaných v češtině určených pro globální rozvojové vzdělávání a multikulturní výchova se zvláštním zřetelem k tématu Fair Trade. 1. vyd. Praha: Ekumenická akademie Praha, 2012. 75 s. ISBN 978-80-904405-7-9.
2. NICHOLLS, Alex a OPAL Charlotte. Fairtrade market- Driven ethical consumption, 2.vyd. London: SAGE 2005. 288 s. ISBN 978-1412901055
3. RANSOM, David. Fair Trade. 1. vyd. Brno: DOPLNĚK 2011, 138 s. ISBN 978-80-7239-258-2.
4. STIGLITZ, Joseph Eugene. Fair Trade For All. 2. vyd. Oxford University Press UK, 2007. 352 s. ISBN 978-0199219988.
5. Fair Trade Česko a Slovensko. <http://fairtrade-cesko.cz/>
6. Fair Trade International. <http://fairtrade.net>
7. FLO-CERT. <http://flo-cert.net/>