

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra rozvojových studií

## DIPLOMOVÁ PRÁCE

**Koncept důstojné mzdy a české oděvní  
společnosti vyrábějící v rozvojových zemích**

Olomouc 2016

Bc. Zuzana ORAVCOVÁ

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně pod vedením Mgr. Martina Schlossarka.

Všechny použité materiály a zdroje jsou citovány s ohledem na vědeckou etiku, autorská práva a zákony na ochranu duševního vlastnictví.

V Olomouci 15. dubna 2016

---

Děkuji vedoucímu práce Mgr. Martinu Schlossarkovi za vstřícný a pozitivní přístup, cenné rady a podněty, které jsem využila při vypracování práce.

Dále bych ráda poděkovala společnostem, které vyplnily dotazník, jenž je součástí diplomové práce, za jejich spolupráci.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2013/2014

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Zuzana ORAVCOVÁ**  
Osobní číslo: **R130099**  
Studijní program: **N1301 Geografie**  
Studijní obor: **Mezinárodní rozvojová studia**  
Název tématu: **Koncept důstojné mzdy a české oděvní společnosti vyrábějící v rozvojových zemích**  
Zadávatel: **Katedra rozvojových studií**

### Zásady pro vypracování:

Cílem diplomové práce je analýza konceptu důstojné mzdy jako jedné z navrhovaných zásad společenské odpovědnosti firem vyrábějících své zboží v rozvojových zemích. Úvodní část práce se zaměří na objasnění základních pojmů, které představí v souvislostech a poskytne bližší pohled do problematiky. Praktická část bude zaměřena na analýzu chování českých oděvních firem v souvislosti se zajišťováním důstojné mzdy pro zaměstnance dodavatelských závodů v rozvojových zemích. Dále budou v této části práce analyzovány postoje a motivace dotyčných firem k zajišťování důstojné mzdy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **20 - 25 tisíc slov**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**  
Seznam odborné literatury: **viz příloha**

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Martin Schlossarek**  
Katedra rozvojových studií

Datum zadání diplomové práce: **29. ledna 2014**  
Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2015**

Prof. RNDr. Ivo Frébort, CSc., PhD.  
děkan

L.S.

Doc. RNDr. Pavel Nováček, CSc.  
vedoucí katedry

V Olomouci dne 3. února 2014

## Příloha zadání diplomové práce

Seznam odborné literatury:

- ANKER, Richard.** Estimating a living wage: A methodological review. In: . Conditions of Work and Employment Series[online]. 2011 [cit. 2014-01-27]. No. 29. Dostupné z: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/—ed\\_protect/—protrav/—travail/documents/publication/wcms\\_162117.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/—ed_protect/—protrav/—travail/documents/publication/wcms_162117.pdf)
- BRENNER, Mark D.** Can We Define a Global Living Wage? The Example of Mexico. Political Economy Research Institute [online]. 2004 [cit. 2014-01-28]. Dostupné z: [http://www.asiafloorwage.org/documents/Resources-onwages/Background\\_reading/onwage/Can%20We%20Define%20a%20Global%20Living%20Wage.pdf](http://www.asiafloorwage.org/documents/Resources-onwages/Background_reading/onwage/Can%20We%20Define%20a%20Global%20Living%20Wage.pdf)
- D'AMATO, Alessia, Sybil HENDERSON a Sue FLORENCE.** CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND SUSTAINABLE BUSINESS: A Guide to Leadership Tasks and Functions. Center for Creative Leadership Greensboro, North Carolina [online]. 2009 [cit. 2014-01-27]. Dostupné z: <http://www.ccl.org/leadership/pdf/research/CorporateSocialResponsibility.pdf>
- Living Wage: make it a reality.** ETI Conference 2008, Workshop 5 [online]. 2008 [cit. 2014-01-28]. Dostupné z: <http://www.ethicaltrade.org/sites/default/files/resources/ETI%20Conference%2008%20Workshop%205.pdf>
- MUSIOLEK, Bettina.** The Asia Floor Wage campaign - Decent income for garment workers in Asia. OSTWIND Institute[online]. 2011 [cit. 2014-01-28]. Dostupné z: [http://www.eu-china.net/web/cms/upload/pdf/materialien/2011\\_Musiolek-Asia\\_Floor\\_Wage.pdf](http://www.eu-china.net/web/cms/upload/pdf/materialien/2011_Musiolek-Asia_Floor_Wage.pdf)
- POLLIN, Robert.** ECONOMIC PROSPECTS: Making the Federal Minimum Wage a Living Wage. Joseph S. Murphy Institute, CUNY [online]. 2007 [cit. 2014-01-28]. Dostupné z: [http://www.peri.umass.edu/fileadmin/pdf/other\\_publication\\_types/Pollin\\_May\\_2007\\_Making\\_Federal\\_Min\\_Wage\\_a\\_Living\\_Wage.pdf](http://www.peri.umass.edu/fileadmin/pdf/other_publication_types/Pollin_May_2007_Making_Federal_Min_Wage_a_Living_Wage.pdf)
- WHITE, Robert G.** Corporate Social Responsibility and a Living Wage. Canadian Centre for Policy Alternatives — Ontario [online]. 2012 [cit. 2014-01-27]. Dostupné z: [http://vibrantcanada.ca/files/corporate\\_social\\_responsibility\\_and\\_living\\_wage.pdf](http://vibrantcanada.ca/files/corporate_social_responsibility_and_living_wage.pdf)

## **Abstrakt**

Cílem diplomové práce je analýza konceptu důstojné mzdy jako jedné ze zásad společenské odpovědnosti firem vyrábějících své zboží v rozvojových zemích. První část práce se věnuje specifikům oděvního průmyslu a outsourcingu, detailně je představen také koncept důstojné mzdy. Praktická část se zaměřuje na analýzu chování českých oděvních firem v souvislosti se zajišťováním důstojné mzdy pro zaměstnance dodavatelských závodů v rozvojových zemích. Dále jsou v této části práce analyzovány postoje a motivace dotyčných firem k myšlence zajištění důstojné mzdy.

Klíčová slova: důstojná mzda, oděvní průmysl, české oděvní společnosti, dodavatelé

## **Abstract**

The aim of the thesis is to analyze the living wage concept as one of the corporate social responsibility principles among companies which produce their commodities in developing countries. The first part of the thesis is dedicated to the characteristics and specifics of garment industry and outsourcing, and the living wage concept is presented in detail. The practical part is focused on the analysis of Czech garment companies' behavior in the field of assuring the living wage to the employees who work in supply plants in developing countries. There is also presented the analysis of attitudes and motivations of the companies to assure the living wage for their workers.

Key words: living wage, garment industry, Czech garment companies, suppliers

## Obsah

Seznam použitých zkratk	- 10 -
Seznam tabulek a obrázků	- 11 -
Seznam příloh	- 12 -
Úvod	- 13 -
1. Oděvní průmysl a pracovní podmínky	- 14 -
1.1 Oděvní průmysl ve světě	- 14 -
1.2 Oděvní průmysl v ČR	- 17 -
1.3 Outsourcing a offshoring	- 19 -
1.3.1 Výhody a nevýhody outsourcingu	- 20 -
1.4 Pracovní podmínky v oděvním průmyslu	- 23 -
1.4.1 Charakteristika zaměstnanců	- 24 -
1.4.2 Pracovní podmínky v oděvním průmyslu	- 25 -
2. Koncept důstojné mzdy	- 29 -
2.1 Historie a současné iniciativy	- 29 -
2.2 Definice důstojné mzdy	- 31 -
2.3 Výpočet důstojné mzdy	- 34 -
2.3.1 Model č. 1	- 34 -
2.3.2 Model č. 2	- 35 -
2.3.3 Model č. 3	- 36 -
2.3.4 Kritické zhodnocení	- 37 -
2.4 Rozdíl mezi důstojnou mzdou a minimální mzdou	- 38 -
2.5 Právní zajištění důstojné mzdy	- 41 -
2.5.1 Zhodnocení právního zajištění důstojné mzdy	- 42 -
2.6 Výhody a nevýhody důstojné mzdy	- 43 -
2.6.1 Výhody a nevýhody pro zaměstnance	- 44 -
2.6.2 Výhody a nevýhody pro zaměstnavatele	- 45 -



3. Metodologie praktické části diplomové práce .....	- 48 -
4. Oslovené oděvní společnosti.....	- 51 -
5. Výsledky výzkumu .....	- 59 -
5.1 Výroba v zahraničí .....	- 59 -
5.2 Etické kodexy, odbory a iniciativy.....	- 66 -
5.3 Důstojná mzda a motivace k jejímu zavedení .....	- 70 -
5.4 Spolupráce s dodavateli.....	- 72 -
5.5 Společnosti a dobročinné projekty .....	- 73 -
Závěr.....	- 77 -
Zdroje: .....	- 80 -
Příloha č. 1 .....	- 97 -
Příloha č. 2 .....	- 103 -

## **Seznam použitých zkratek**

AFW	Asia Floor Wage
ATC	Agreement on Textiles and Clothing
CSOs	Civil Society Organizations
ETI	Ethical Trading Initiative
EU	Evropská unie
GATT	General Agreement on Tarrifs and Trade
HDP	Hrubý domácí produkt
MFA	Multi-Fibre Arrangement
OSN	Organizace spojených národů
RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci

## **Seznam tabulek a obrázků**

Tabulka č. 1 Výhody a nevýhody outsourcingu

Tabulka č. 2 Pracovní podmínky zaměstnanců oděvního průmyslu

Tabulka č. 3 Asia Floor Wage v místní měně

Tabulka č. 4 Asia Floor Wage v místní měně

Tabulka č. 5 Srovnání důstojné mzdy vyspělých států

Tabulka č. 6 Výhody a nevýhody důstojné mzdy

Obrázek č. 1 Výpočet důstojné mzdy

Obrázek č. 2 Minimální mzda versus důstojná mzda

Obrázek č. 3 Obraty českých oděvních společností

## **Seznam příloh**

Příloha č. 1 Dotazník pro oděvní společnosti

Příloha č. 2 Doplnující otázky pro oděvní společnosti

## Úvod

Tato diplomová práce se zabývá konceptem důstojné mzdy a českými outdoorovými společnostmi, které vyrábí své zboží v rozvojových zemích. Pracovní podmínky lidí, kteří pracují v oděvním průmyslu v rozvojových zemích, jsou špatné. Existuje množství iniciativ, které se snaží prosazovat zlepšení pracovních podmínek pro zaměstnance dodavatelských výroben. Jedním z jejich cílů je zvýšení mzdy, kterou za svou práci lidé pobírají, na tzv. důstojnou mzdu, která člověku a jeho rodině umožní pokrýt náklady na základní potřeby a zajistí tak lidem důstojný život. Cílem této diplomové práce je analyzovat chování a motivace českých oděvních firem v souvislosti se zajišťováním důstojné mzdy pro zaměstnance dodavatelských závodů v rozvojových zemích. Součástí práce je výzkum založený na strukturovaných rozhovorech, dotazníkovém šetření a analýze informací z internetových zdrojů.

Práce je strukturována do pěti kapitol. První kapitola popisuje historii a současný vývoj oděvního průmyslu ve světě a v České republice, outsourcing jako jednu z nejefektivnějších aktivit současného podnikání a také pracovní podmínky zaměstnanců oděvního průmyslu. Druhá kapitola navazuje představením konceptu důstojné mzdy, kde je popsána historie, definice, výpočet důstojné mzdy, rozdíl mezi důstojnou mzdou a minimální mzdou, právní zajištění důstojné mzdy a její výhody a nevýhody. Dále následuje praktická část diplomové práce, která se skládá ze tří kapitol. Třetí kapitola je věnována metodologii praktické části diplomové práce. Čtvrtá kapitola představuje všechny společnosti, které byly osloveny v rámci dotazníkového šetření. Poslední kapitola prezentuje výsledky realizovaného výzkumu.

Teoretická část diplomové práce je napsána za použití rešeršně-kompilační metody, která spočívá ve sbírání a zpracování statistických dat a informací k dané problematice. Po zpracování těchto dat a informací byly poznatky interpretovány. Informace a statistická data, která byly pro diplomovou práci použity, jsou převzaty z českých i světových statistických údajů, vědeckých článků a také z internetových zdrojů. Prameny teoretické části práce jsou většinou psány v anglickém jazyce, dále jsou doplněné o zdroje psané v českém jazyce. Zdroje použité v praktické části jsou psány v češtině. Metodologie praktické části diplomové práce je zvlášť popsána ve třetí kapitole.

## **1. Oděvní průmysl a pracovní podmínky**

Cílem této kapitoly je přiblížit specifika oděvního průmyslu. V této kapitole je nejprve popsána historie a současnost světového oděvního průmyslu. Poté je zde uveden význam oděvního průmyslu a jeho vývoj v České republice. Dále je představen outsourcing, který české oděvní společnosti využívají při výrobě zboží, aby docílily nižší ceny. Nakonec jsou zde popsány pracovní podmínky lidí, kteří pracují v oděvním průmyslu v rozvojových zemích.

### **1.1 Oděvní průmysl ve světě**

Oděvní průmysl je jedním z nejstarších průmyslových odvětví na světě a spolu s textilním průmyslem patří k největším a nejglobálnějším průmyslům světa (Callychurn, et al, 2014). V roce 2014 byla největším vývozcem oděvů Čína, jejíž podíl dosahoval 38,6 % světového vývozu. Za ní následovaly státy Evropské unie (28), které se na světovém vývozu oděvů podílely 26,2 %, ostatní evropské země mimo Evropskou unii, které se podílely 6,6 % a Bangladěš s 5,1 %. Evropská unie (28), společně s ostatními evropskými zeměmi, které nejsou členy EU, Spojenými státy a Japonskem byly největšími dovozci oděvního zboží. Evropská unie se na světovém dovozu podílela 37,7 %, ostatní země Evropy 19,7 %, USA 17,7 % a Japonsko 5,9 % (WTO, 2015).

Oděvní průmysl úzce souvisí s textilním průmyslem. Je však potřeba odlišovat mezi těmito dvěma sektory. V rámci diplomové práce se zaměřuji na oděvní průmysl, který je na rozdíl od textilního průmyslu náročný na práci a více spoléhá na málo placenou pracovní sílu (IBRD/WB, 2008). Výroba spočívá ve stříhání látek a sešívání nastříhaných kusů. Oproti tomu textilní průmysl je spíše náročný na kapitál. V rozvinutých zemích je výroba v tomto průmyslu vysoce automatizovaná a obecně spočívá v předení a tkaní látek a jejich konečných úpravách. Poskytuje tak materiál pro oděvní výrobu. V porovnání s oděvním průmyslem je méně flexibilní a nezaměstnává tolik nekvalifikované pracovní síly (Nordås, 2004).

Od 50. let 20. století zažil oděvní průmysl několik přesunů v rámci celého světa. Centra oděvního průmyslu se přesunovala do jiných zemí především z důvodu nižších výrobních nákladů, především nákladů na práci, ale také např. z důvodu silnější měny, kvót či cel. Původně se oděvy vyráběly především v Severní Americe a Západní Evropě, odtud se ale v 50. a 60. letech výroba přesunula do Japonska. Následně se v 70.

a 80. letech centrum oděvního průmyslu přemístilo z Japonska do Hongkongu, Taiwanu a Jižní Koreje a odtud v 80. a 90. letech následoval přesun do rozvojových zemí s nízkými náklady na výrobu, např. do Číny, Indonésie, Thajska, Malajsie, na Filipíny a Srí Lanku (IBRD/WB, 2008). Dnes se většina oděvního zboží vyrábí v asijských zemích, avšak země jako Panama, Čile, Etiopie a Egypt také začínají pronikat na trh (Fukunishi et al, 2013).

Textilní a oděvní průmysl je velice důležitý pro rozvojové a nejméně rozvinuté země světa (IBRD/WB, 2008), protože v těchto zemích tvoří značnou část zpracovatelského průmyslu a významně se podílí na zaměstnanosti a obchodu (Fukunishi et al, 2013). Oděvní průmysl je zajímavý pro země, které chtějí přejít na průmyslovou výrobu. Začít podnikat v oděvním průmyslu je totiž poměrně snadné díky tomu, že vstupní bariéry jsou velice nízké, není potřeba vynaložit velké kapitálové výdaje a zaměstnanci nepotřebují mít vysokou kvalifikaci (Adhikari, Yamamoto, 2008). Právě z těchto důvodů je v rámci tohoto průmyslu velká konkurence. V mnoha zemích se oděvní průmysl stal tzv. odrazovým můstkem pro rozvoj. Bylo tomu tak ve Velké Británii, Severní Americe, Japonsku i ve východoasijských zemích (Adhikari, Yamamoto, 2008). Existují však země, které se na něm staly poměrně hodně závislé. V některých rozvojových zemích tvoří oděvní průmysl největší podíl vývozu a hlavní zdroj příjmů, a to především v Kambodži a Bangladéši (Thoburn, 2009). V roce 2014 se vývoz oděvního průmyslu Bangladéše podílel 80,9 % na celkovém obchodovatelném vývozu bangladéšské ekonomiky. Jediným státem na světě, ve kterém je závislost na vývozu oděvního zboží větší než v Bangladéši, je Haiti, kde vývoz oděvů tvoří 91,1 % celkového obchodovatelného vývozu ekonomiky. Druhou zemí, která má v rámci asijského kontinentu největší problémy se závislostí na vývozu oděvních produktů, je již zmiňovaná Kambodža, kde vývoz oděvního zboží tvoří 54,3 % celkového obchodovatelného vývozu kambodžské ekonomiky (WTO, 2015).

Oděvní průmysl spolu s textilním patří k nejvíce ochraňovaným sektorům zpracovatelského průmyslu a to jak u rozvinutých, tak u rozvojových států (Adhikari, Yamamoto, 2008). Od roku 1974 ovládl světový trh s oděvními a textilními komoditami nový protekcionistický systém zvaný Multi-Fibre Arrangement (MFA), který platil po dalších 30 let. Tento systém omezoval obchodování s oděvy a textilním zbožím mezi členy Světové obchodní organizace. Hlavním záměrem této dohody byla ochrana oděvního a textilního průmyslu rozvinutých zemí, především USA a evropských států.

Jejich průmyslová odvětví totiž nedokázala konkurovat levnému zboží dováženému ze zahraničí např. z Indie, Bangladéše, Pákistánu a Číny. Proto byly na tyto země uvaleny dovozní kvóty (IBRD/WB, 2008). Rozvinuté země vyjednávaly s rozvojovými dodavatelskými zeměmi o výši kvót. Při vyjednávání byla brána v potaz především konkurenceschopnost dodavatelských zemí (Adhikari, Yamamoto, 2008). Dohoda měla za následek umělé zvýšení ceny produktů v rozvinutých zemích na úkor jejich spotřebitelů a zároveň se oděvní a textilní průmysl začal rozvíjet v zemích, na které se kvóty nevztahovaly (IBRD/WB, 2008). Jedním z důsledků bylo i to, že se státy snažily dohodu jakkoliv obejít. Proto začaly přesouvat výrobu do zemí, kde kvóty nebyly tak vysoké, např. Korejci přesunovali výrobu do Karibiku, Bangladéše a Subsaharské Afriky, Indové do Nepálu a Číňané do ostatních asijských a afrických států. V rámci Uruguayského kola obchodního vyjednávání<sup>1</sup> se státy usnesly, že MFA bude integrován do smlouvy ATC neboli Agreement on Textiles and Clothing (Adhikari, Yamamoto, 2008). Zároveň bylo odsouhlaseno, že se tato dohoda v období let 1995–2005 úplně zruší. Šlo o postupné odstraňování kvót až po úplné zrušení dohody v roce 2005 (Fukunishi et al, 2013). Tato dohoda uměle ochraňovala podniky rozvinutých zemí před konkurencí z rozvojových zemí. Po jejím ukončení mnoho společností zbankrotovalo a spousta lidí přišla o práci, protože výroba byla přesunuta do jiných států, např. Číny nebo Indie (IBRD/WB, 2008).

Zrušení dohody MFA pro rozvojové země znamenalo pozitivní vývoj nejen z hlediska obchodu, ale také zaměstnanosti. V rozvojových zemích, v rámci zpracovatelského průmyslu, pracuje v oděvním a textilním sektoru velké množství lidí. V Kambodži se zaměstnanost v oděvním a textilním průmyslu pohybuje kolem 80 % celkové zaměstnanosti zpracovatelského průmyslu, na Mauriciu je to 72,8 %, na Srí Lance 49,2 %, na Madagaskaru 45 %, v Pákistánu 42,9 %, v Bangladéši 35 %, v Indii 21,9 % a v Číně 18,9 % (IBRD/WB, 2008). V roce 2014 pracovalo v textilním, oděvním a obuvnickém průmyslu mezi 60–75 miliony lidí, zatímco v roce 2000 v těchto sektorech pracovalo 20 milionů zaměstnanců. Velkým problémem je, že mnoho lidí,

---

<sup>1</sup> Uruguayské kolo jednání proběhlo v rámci GATTu a bylo zahájeno v září 1986 v Punta del Este v Uruguayi. Téma vyjednávání se jako obvykle týkalo nevyřešených problémů spojených s obchodní politikou. Projednávaly se ale i nová témata např. obchod se službami a duševním vlastnictvím. Dalším cílem vyjednávání byla reforma textilního průmyslu a zemědělství. Uruguayské kolo bylo ukončeno v roce 1993, kdy se všech 123 zemí dohodlo. Dohoda pak byla podepsána v roce 1994. Jednalo se, do té doby, o nejdelší kolo vyjednávání v rámci GATTu (WTO, 2016).



kteří pracují v oděvním průmyslu, především migranti a ženy, pracuje v neformální ekonomice, tzn., že právně nejsou uznáváni jako zaměstnanci (Stotz, Kane, 2015).

## 1.2 Oděvní průmysl v ČR

Český oděvní průmysl patřil k tradičním a nejstarším odvětvím ekonomiky Československa. Na počátku 90. let se tento sektor těšil výhodám jako nízké náklady na zaměstnance, vzdělaná pracovní síla a malá vzdálenost k trhům s textilem, která zajišťovala nižší náklady na dopravu. Díky tomu byl oděvní průmysl konkurenceschopný oproti výrobcům ze západní Evropy nebo Asie. V roce 1991 však došlo ke kolapsu obchodní organizace RVHP a také poklesla poptávka po oděvním zboží. Důsledkem bylo, že *„český a slovenský oděvní průmysl ztratil asi 60 % jejich trhu“* (Matesová, 1995, 48).

Mezi lety 1993–2011 klesl podíl oděvního sektoru na celkovém průmyslu České republiky více než o polovinu z 0,60 % na 0,26 % (Glogarová, Kraftová, 2015). Špatná situace v sektoru vládla i kolem roku 2008 v období světové krize. Pokud porovnáme oděvní průmysl z roku 2008 a v roce 2014, můžeme říci, že se mu nepodařilo vrátit se zpět na úroveň před krizí. Zaměstnanost v oděvním průmyslu se oproti roku 2008 propadla téměř o 40 %. Nejznámější společnosti musely své továrny uzavřít. Ukončení výroby se nevyhnula ani firma OP Prostějov, která patřila k významným zaměstnavatelům. Před zavřením společnosti pro ni pracovalo přibližně 5 000 zaměstnanců (MPO, c2005). Ty společnosti, které továrny nezavřely, většinou přešly na výrobu jiného druhu zboží. Ke stabilizaci situace došlo až po roce 2014, kdy se úpadek oděvního průmyslu zastavil. To také dokazuje skutečnost, že mezi lety 2013 a 2014 opět došlo v tomto sektoru k meziročnímu zvýšení tržeb o 122 milionu korun. Od roku 2014 mají tržby stále rostoucí tendenci, navzdory tomu že od roku 2001 tržby oděvního průmyslu postupně klesaly (ATOK, 2015).

Podíl oděvního průmyslu na HDP se během posledních několika let snižoval. Úpadek se zastavil v roce 2011, od kdy je relativně stabilní a na HDP se sektor podílí 0,16 % (Simerská, 2015). V roce 2004 bylo v České republice přibližně 350 společností s 20 a více zaměstnanci, které vyráběly oděvní zboží. V roce 2014 bylo takových společností přibližně 200, což znamená, že během deseti let jejich počet klesl téměř na polovinu. Navíc jejich počet dále klesá (ATOK, 2015). Velký pokles můžeme

pozorovat i v počtu zaměstnaných osob oděvního průmyslu. V roce 2000 bylo v tomto sektoru zaměstnáno 53,5 tisíc lidí. Od té doby se počet zaměstnanců postupně snižoval. V roce 2014 v tomto sektoru pracovalo už jen 16 tisíc lidí, což v porovnání s rokem 2000 představuje méně než třetinu zaměstnanců (ČSÚ, 2015). Hlavními příčinami této situace byla nutnost zachovat konkurenceschopnost českých společností a zároveň stále se snižující počet českých firem vyrábějící oděvní zboží (ATOK, 2015). Příčinou malé konkurenceschopnosti oděvního průmyslu bylo zrušení dohody MFA a tím pádem kvót na oděvní výrobky ze zahraničí. To bylo výhodné především pro spotřebitele, protože na trh tak proniklo levnější oděvní zboží (Ernst et al, 2005). Průměrná mzda, kterou pracovníci českého oděvního průmyslu pobírají, dosahovala v roce 2014 13 964 korun. Ve srovnání s rokem 2013 se zvýšila o 4,8 %. Pokud ji ale porovnáme s průměrnou mzdou celého zpracovatelského průmyslu, zjistíme, že její hodnota dosahuje pouze 55,4 %. To dokazuje, že zaměstnanci oděvního průmyslu mají v rámci zpracovatelského sektoru nižší mzdy. (MPO, c2005).

Oděvní průmysl České republiky se orientuje především na vývoz. Téměř 73 % zisku oděvního průmyslu plyne z vývozu, tzn., že většina oděvního zboží se neprodává na českém trhu. Česká republika vyvází své zboží především do zemí Evropské unie, proto je pro ni trh EU nejdůležitější. Nejvíce se české oděvní zboží vyvází do Německa, kam v roce 2014 směřovalo 33,4 % veškerého oděvního exportu, po Německu následují další země EU jako například Itálie, Polsko, Slovensko, Rakousko a Francie (MPO, c2005). Vývoz oděvních komodit do zahraničí je však nižší než dovoz. V roce 2014 se do země přivezlo oděvní zboží v hodnotě 43,22 miliard korun, zatímco zboží, které bylo ze země vyvezeno, mělo hodnotu 29,88 miliard korun. Česká republika dováží nejvíce oděvního zboží z Číny (30 %), z Německa (13 %), z Bangladéše (12 %), z Turecka (9 %) a z Itálie (4 %) (ATOK, 2015). Některé české oděvní společnosti vyrábí své zboží i v ČR, jako příklad můžeme uvést firmy, které se zabývají výrobou outdoorového oblečení a termo prádla (CCC, 2015). Situace zahraničního obchodu s oděvním zbožím v České republice je dlouhodobě špatná. Od roku 2004 převládají dovozy nad vývozy a zahraniční obchod generuje deficit. Mezi lety 2007–2014 byly deficity v hodnotě 10 miliard korun ročně. V roce 2014 dosahoval deficit dokonce 15,5 miliard korun. Hlavními důvody vyššího dovozu jsou nízké ceny zahraničního zboží a jeho pestřejší sortiment (ČSÚ, 2015).

### 1.3 Outsourcing a offshoring

Outsourcing je v dnešní době velice populární a patří k nejeftivnějším aktivitám v současném podnikání (Tayauova, 2012). Vznikl v USA a poprvé se začal využívat v 70. letech 20. století a to pouze v oblasti informačních technologií. Postupem času se však ujal i v ostatních sférách obchodu a v roce 2004 využívalo outsourcingu více než 90 % podniků. Nejprve se jednalo pouze o velké společnosti, později ho začaly využívat i malé podniky (Koszewska, 2004). Právě u oděvních společnostech se outsourcing považuje za jednu z inovací, které mohou firmy využít a zajistit si tak lepší postavení na trhu (Grandys, Grandys, 2008).

Outsourcing můžeme definovat jako „proces přesunutí výrobních operací a práce třetí straně, která práci odvede lépe, levněji a rychleji“ (Tayauova, 2012, 189). Znamená to tedy, že práce, která se běžně prováděla v rámci společnosti, je nyní přesunuta na externího dodavatele, který se na danou oblast specializuje. Jedná se o dlouhodobou spolupráci mezi určitou společností a externím dodavatelem. Outsourcing umožňuje zadávající společnosti zaměřit se na její hlavní výrobní aktivity, strategické činnosti a cíle (Koszewska, 2004). Důležité je správně zvolit aktivity, které budou externímu dodavateli v rámci outsourcingu svěřeny. Hlavní aktivity společnosti by se měly realizovat interně a neměly by být zadávány externímu dodavateli, protože jsou to aktivity, na kterých stojí celá společnost. Pokud však k této situaci dojde a společnost je nucena zadat hlavní činnost externímu dodavateli, je zapotřebí, aby od daného dodavatele nebyla izolována a aby byly tyto dva subjekty stále v kontaktu (CIPS, 2013).

Existuje několik typů outsourcingu. Jako příklad můžeme uvést dělení na externí a interní outsourcing. Externí outsourcing znamená, že se výkon aktivit společnosti přenesou na externího dodavatele, který danou část práce odvede. Je to typ outsourcingu, který je využíván společnostmi, které jsou zahrnuty do výzkumu v rámci této diplomové práce. Dále existuje interní outsourcing, který se vyznačuje tím, že se výkony aktivit přerozdělí, ale pouze v rámci společnosti, nepřesouvají se na nikoho jiného (Tayauova, 2012).

V případě, že se výroba přesunuje do úplně jiné země, jako v případě společností, které jsou zahrnuty do výzkumu v rámci této diplomové práce, nazývá se outsourcing

jako offshoring (Grandys, Grandys, 2008). Offshoring znamená, že výroba je zadána dodavateli, který je z jiného státu. Je nutné si správně zvolit zemi, kde chce společnost výrobu realizovat. Při výběru je potřeba zvážit některé aspekty jako např. jazyk, kulturní odlišnosti, míru korupce, časové zóny, napojení na trhy, infrastrukturu země, celkové náklady, právní a vývozní regulace, apod. Dále je potřeba zvážit politické a geografické důsledky přesunutí výroby (Osborne Clarke, 2006).

Typickým znakem outsourcingu je přesun nejen výrobních postupů, které byly původně interní, ale také fyzického vybavení a personálu. Mezi aktivitami podléhajícím outsourcingu a klíčovými faktory úspěchu firmy je velmi úzká spojitost. Pokud dodavatelé odvedou svou práci špatně, společnost může být ohrožena. Celá spolupráce je ošetřena podrobnou smlouvou mezi společností a dodavatelem, která je uzavřena na delší časové období. Ve smlouvě je přesně popsána úroveň služeb, které jsou předmětem smlouvy a také povinnosti obou smluvních partnerů (Koszewska, 2004). Každá taková smlouva by měla být navržena odborníkem. Pokud je smlouva uzavřena na delší časové období, existuje větší pravděpodobnost, že společnost získá vyšší výnosy ze svých investic (CIPS, 2013).

### **1.3.1 Výhody a nevýhody outsourcingu**

Outsourcing má samozřejmě mnoho výhod a nevýhod. Může být pro společnost opravdu velkým přínosem, ale na druhé straně také velkým rizikem z důvodu částečné ztráty kontroly nad svým podnikáním. V následující části práce jsou jednotlivá pozitiva i negativa outsourcingu rozebrána a na závěr jsou shrnuta v přehledné tabulce.

Jednou z největších výhod outsourcingu je snížení nákladů na výrobu zboží. Výroba se většinou zadává do zemí, kde jsou nižší náklady na práci, tudíž společnost ušetří náklady na mzdy. Firmy, kterým se výroba zadává, se většinou na výrobu dané komodity specializují, proto dochází k výnosům z rozsahu (ACCA, 2011) a tím pádem také k většímu výkonu společnosti (Tayauova, 2012). Díky outsourcingu se také náklady dají lépe kontrolovat a měřit. Čím jsou náklady na výrobu nižší, tím se společnost stává konkurenceschopnější (Koszewska, 2004). Lepší konkurenceschopnost také vyplývá z toho, že pokud společnost zadá dodavateli aktivity, které pro ni nejsou klíčové, umožní jí to lépe se zaměřit na hlavní aktivity (Tayauova, 2012). Pokud by se totiž společnost soustředila i na ostatní, jakési podpůrné činnosti, investovala by do nich peníze i čas, outsourcing umožňuje tyto náklady

společnosti ušetřit. Firma se tak může věnovat aktivitám, které pro ni mají přidanou hodnotu. Dále také dochází k přesunu finančních rizik na dodavatele, protože na základě smlouvy jsou přesně určené ceny, které musí společnost za služby zaplatit (ACCA, 2011).

K dalším výhodám outsourcingu patří větší flexibilita (Tayauova, 2012). Společnost je flexibilnější, protože dokáže lépe reagovat na změny a výkyvy v poptávce a je schopna je uspokojovat (Koszewska, 2004). Výhodou je také lepší kvalita výrobků. Zboží, které dodavatel vyrábí, může mít lepší kvalitu za předpokladu, že je její úroveň dobře popsána ve smlouvě, která upravuje podmínky spolupráce (ACCA, 2011). Další uvedenou výhodou je, že zadávající společnost již není odpovědná za problémy, které mohou nastat (CIPS, 2013). Podle mého názoru ale nemůžeme s jistotou říct, že se jedná o výhodu, protože společnost může být poškozena v případě, že problém nebude dodavatelem vyřešen.

Při outsourcingu je velice důležité, aby existovala důvěra mezi společností a externím dodavatelem, protože jinak by nebylo možné plně využít výhody, které outsourcing přináší. Je potřeba svého dodavatele dobře znát a být informován o jeho možnostech a potenciálu. K tomu je zapotřebí udržet si kontrolu nad všemi aktivitami, které v rámci outsourcingu dodavateli zadáváme (Koszewska, 2004).

Jak již bylo zmíněno výše, outsourcing přináší vedle výhod i nevýhody. Jednou z nich je ztráta manažerské kontroly. Tím, že společnost postupuje část výrobního procesu externímu dodavateli, ztrácí nad těmito aktivitami kontrolu (Tayauova, 2012). To znamená, že budoucnost společnosti již nezávisí pouze na dané firmě, ale také na dodavateli, se kterým společnost spolupracuje. Vytváří se tedy závislost na jiné firmě. To může být problematické, protože cílem dodavatele je většinou maximalizace zisku (Koszewska, 2004) a hospodárnost výroby, čili výroba s co nejnižšími výdaji. Cíle společností se však mohou lišit, protože zadávající společnost může mít zájem o inovace, které mohou způsobit vyšší výdaje pro dodavatele. Takové rozpory se mohou objevit i navzdory uzavřené smlouvě a ovlivňují úspěšnost firmy, kterou již společnost nemá pevně ve svých rukou, ale závisí také na externím dodavateli. Dalším problémem je, že pokud některá z dodavatelských společností neuspěje, zbankrotuje či jinak selže, může to mít závažné důsledky pro zadávající společnost. Poškodilo by to její reputaci nebo ohrozilo podnikání jako takové (ACCA, 2011). Závislost na dodavateli je ještě

více zesílena tím, že v rámci outsourcingu je někdy potřeba přesunout kromě výroby také zaměstnance. Jedná se o outsourcing lidských zdrojů. Společnost tak přichází o zkušenosti a schopnosti pracovní síly a závislost na dodavateli se tím pádem zvyšuje (Tayauova, 2012).

Jak jsem již zmiňovala, zadávající společnost a dodavatel mezi sebou uzavírají smlouvu. Každá smlouva mezi dodavatelem a společností by měla upravovat důvěryhodnost a bezpečnost poskytovaných informací. Zároveň by si společnost měla, ve svém vlastním zájmu, kontrolovat dodržování smlouvy pomocí auditů, avšak provádění auditů je velmi složité (Tayauova, 2012). Při outsourcingu jsou dodavateli poskytnuty citlivé informace, které se týkají společnosti, např. know-how, poznatky a informace o produktech (Koszewska, 2004). Může se stát, že dodavatel tyto informace využije ve svůj prospěch. Proto je pro společnost mnohem bezpečnější ponechat si výrobu ve své vlastní firmě (ACCA, 2011). Tento problém souvisí i s nedostatečnou informovaností o dodavateli. Může totiž hrozit, že dodavatel není dostatečně kvalifikovaný danou službu poskytnout (Koszewska, 2004). V tomto případě může dojít k tomu, že vyrobené zboží bude mít špatnou kvalitu. Pokud si tedy společnost nezajistí dobrého dodavatele, může být kvůli špatné kvalitě poškozeno její postavení na trhu a tím pádem může být ohroženo i její podnikání (Tayauova, 2012).

Vzhledem k tomu, že dodavatelé oděvních společností sídlí v Asii, mohou se objevit problémy v komunikaci. Komunikace s dodavateli na dálku není jednoduchá a stejně tak i koordinace celého výrobního procesu (Koszewska, 2004).

Díky outsourcingu jsou náklady lépe předvídatelné, přesto může dojít k neočekávaným nákladům, které musí krýt zadávající společnost, pokud si ve smlouvě neurčí jiné podmínky. Neočekávané náklady jsou takové, které nejsou upraveny smlouvou. V tomto případě mohou dodavatelé využít nezkušenosti zadávající firmy a nastavit smlouvu tak, aby pro něj byla výhodnější (ACCA, 2011).

Problémem také je, že pokud se společnost jednou rozhodne pro outsourcing, je velice těžké vrátit se zpět k původní výrobě ve vlastní továrně a vlastní zemi. Když dochází k obnovení smlouvy mezi společností a dodavatelem, může se zdát, že z důvodu zvýšené ceny by bylo lepší vrátit se zpět k původní výrobě. Avšak přerušit spolupráci s dodavatelem je velice těžké (ACCA, 2011). Důvodem může být například skutečnost, že společnost při outsourcingu ztrácí konkurenceschopnost v oblasti

výzkumu a rozvoje. To také souvisí se ztrátou přehledu o nových technologických postupech a inovacích (Koszewska, 2004).

Můžeme tedy říci, že pro úspěšný outsourcing je zapotřebí, aby panovala důvěra mezi společností a dodavatelem. Pokud si společnost důkladně prověří dodavatele a vyjedná si kvalitní smlouvu, která upraví všechny důležité podmínky, bude outsourcing pro společnost přínosem. V opačném případě mohou společnosti hrozit závažné problémy. Aby byly všechny výhody a nevýhody popsány v této podkapitole přehledněji, jsou shrnuty v Tabulce č. 1.

*Tabulka č. 1 Výhody a nevýhody outsourcingu*

<b>Výhody a nevýhody outsourcingu</b>	
<b>Výhody</b>	<b>Nevýhody</b>
Snižování nákladů na výrobu	Ztráta manažerské kontroly
Lepší kontrola a měření nákladů	Budoucnost společnosti již není pouze v jejich rukou
Výnosy z rozsahu a větší výkon společnosti	Závislost na externí společnosti
Cenová konkurenceschopnost společnosti	Potenciální neshody s dodavateli
Společnost se může zaměřit na hlavní aktivity	Riziko ohrožení bezpečnosti a důvěryhodnosti společnosti
Přesun finančních rizik na dodavatele	Riziko poškození reputace společnosti
Společnost je flexibilnější	Ztráta zkušenosti a schopnosti v případě přesunu personálu
Lepší kvalita vyrobeného zboží	Riziko nekvalitního dodavatele
	Složité návrat k výrobě ve vlastní zemi

#### **1.4 Pracovní podmínky v oděvním průmyslu**

V této podkapitole jsou uvedeny hlavní charakteristiky zaměstnanců oděvního průmyslu v rozvojových zemích a jsou zde představeny podmínky, ve kterých tito lidé pracují. Pracovní podmínky jsou na závěr podkapitoly shrnuty v přehledné tabulce. Navzdory tomu, že jsou pracovní podmínky nevyhovující, představuje zaměstnání

v oděvním průmyslu jednu z mála pracovních příležitostí pro málo kvalifikované zaměstnance.

#### 1.4.1 Charakteristika zaměstnanců

Jak jsem již uvedla v podkapitole 1.1 Oděvní průmysl ve světě, oděvní sektor rozvojových zemí hraje důležitou roli v oblasti zaměstnanosti, protože zaměstnává mnoho lidí, především ty méně kvalifikované (IBRD/WB, 2008). Avšak pokud se zaměříme na podmínky, ve kterých tito lidé pracují, situace je poněkud horší. „*Špatné podmínky, ve kterých mnoho Asiatů vykonává práci, byly dokonce označeny jako ‚otrocká práce‘. Navzdory opakovaným upozorněním ze strany neziskových organizací se zdá, že toto téma přiláká pozornost světových médií pouze v případě velkých a smrtelných nehod.*“ (European Parliament, 2014, 2). Jako příklad můžeme uvést tragédii, která se stala 24. dubna 2013 v Dháce, v Bangladéši, na náměstí Rana Plaza, kde se zhroutila budova, ve které sídlilo 5 továren oděvního průmyslu. Při nehodě zemřelo 1 138 lidí a 2 500 bylo zraněno (European Parliament, 2014).

Pracovní sílu oděvního průmyslu tvoří z velké části ženy. Jedná se především o mladé ženy a oděvní průmysl je pro ně často jedna z mála akceptovaných příležitostí k práci v rozvojových zemích. V tomto sektoru pracuje v průměru 68 % zaměstnanců ženského pohlaví, avšak v některých státech se může jednat až o 90 % (ILO, 2014). Zaměstnavatelé často dávají přednost ženám, protože většinou nemají kvalifikaci, jsou chudé a nemají jiné zaměstnání. Jsou také poddajnější a zranitelnější než muži, jsou flexibilnější vzhledem k podmínkám a nehrozí u nich velké riziko organizování stávek nebo zakládání odborů. Jako důvod pro zaměstnávání velmi mladých žen zaměstnavatelé udávají, že mají větší produktivitu práce, avšak je pravděpodobné, že mladé ženy jsou zaměstnávány hlavně proto, že jim zaměstnavatel může vyplácet nižší mzdu než by vyplácel starším a zkušenějším ženám (Sikdar et al, 2014). Pro ženy je typičtější, že pracují v neformálním sektoru nebo pracují z domu. Naopak muži jsou většinou formálně zaměstnání (ILO, 2014).

Nejzranitelnější jsou zaměstnanci, kteří pracují v okrajových segmentech oděvní výroby. Jsou to většinou zaměstnanci, kteří pracují z domova a vykonávají pouze doplňující činnost, jako např. výšivky, nebo dělají to, co je zrovna potřeba. Tito zaměstnanci patří k těm, kteří jsou za svou práci nejhůře placeni, nemají důvěru



k odborům ani politickým stranám či vládám. Často pocházejí z vesnic nebo se jedná o imigranty, kteří mají jen velmi nízké vzdělání, často jsou negramotní (University of London, 2014b). Důsledkem nízkého vzdělání zaměstnanců je jejich velice malá vyjednávací síla a nižší efektivita práce. Z tohoto důvodu za svou práci dostávají nižší mzdu. Například v Indii je důvodem k nízké mzdě také to, že mnoho lidí, které oděvní průmysl zaměstnává, bylo původně nezaměstnaných nebo neměli žádné zkušenosti s prací v tomto oboru (Sikdar et al, 2014).

#### **1.4.2 Pracovní podmínky v oděvním průmyslu**

Jak je zmíněno v předchozí podkapitole, podmínky zaměstnanců, kteří pracují v oděvním průmyslu, jsou špatné hned v několika sférách. Typickým jevem je práce v tzv. sweatshopech neboli robotárnách. Jsou to místa, kde „*zaměstnanci pracují mnoho hodin denně, v některých případech dokonce nemají nárok ani na jeden den volna týdně a často jim nejsou zaplaceny přesčasy. Mnoho z nich nemá pracovní smlouvu.*“ (European Parliament, 2014, 4).

Mzdy v oděvním průmyslu jsou velmi nízké. Příkladem může být měsíční mzda v Indii, která činila 6 700 indických rupií, tedy asi 122 dolarů (University of London, 2014b). Jedním ze závažných problémů je legalita pracovního poměru, která úzce souvisí se mzdou. Každý stát má ze zákona stanovenou minimální mzdu (ILO, 2014). Navzdory tomu, že jsou minimální mzdy v rozvojových zemích vyrábějící oděvní zboží velmi nízké (CCC, 2013a), zaručují formálně zaměstnaným lidem alespoň nějakou úroveň jejich příjmů. Mnoho lidí, především ženy, je ale zaměstnáno neformálně a tudíž na minimální mzdu nedosáhnou a ani se jí nemohou domáhat (ILO, 2014). S problematikou výše mzdy je spojena i nepřiměřeně dlouhá pracovní doba. Většina zaměstnanců pracuje přibližně 10–12 hodin. Existují i případy, kdy zaměstnanci pracují 13–16 hodin denně, aniž by jim byly zaplaceny přesčasy. Zaměstnanci jsou totiž někdy placeni za počet vyrobených kusů a ne na základě hodinové mzdy (University of London, 2014a). Navíc dlouhá pracovní doba zvyšuje riziko úrazu, které se zdvojnásobuje, pokud zaměstnanec pracuje déle než 12 hodin. Dlouhá pracovní doba může pro společnost znamenat náklady na pokrytí pracovních úrazů a zranění a zároveň má vliv na zaměstnancovo zdraví a blahobyt (ILO, 2014). S tím také souvisí další problém, kterým je nedostatek dnů pracovního klidu. Například v Bangladéši pracuje až 23 % zaměstnanců více než 26 dní za měsíc (Sikdar et al, 2014).

Pokud se zaměříme na prostředí, ve kterém zaměstnanci pracují, zjistíme, že podmínky ve výrobnách často ohrožují bezpečnost i zdraví zaměstnanců. Bezpečnostní opatření ve výrobnách jsou nedostatečná. Typický je nedostatek ochranného vybavení, např. hasicích přístrojů, jsou zde zamřížovaná či blokována okna a objevují se problémy s vadnou elektroinstalací. Navíc rychlý přesun výroby do asijských zemí způsobil, že se k výrobě začaly využívat nevyhovující budovy, které pro tento účel nejsou přizpůsobeny, např. nemají potřebnou nosnost. Budovám se běžně dostavují patra a ty se pod velkou tíhou hroučí (European Parliament, 2014). Prostředí, ve kterém zaměstnanci pracují, má také neblahý vliv na jejich zdravotní stav. Lidé často pracují v nehygienických podmínkách, práce bývá fyzicky náročná a je při ní vytvářen velký nápor na oči (University of London, 2014b). Znečištěné pracovní prostředí způsobuje zaměstnancům bolesti hlavy a fyzickou slabost. Zaměstnanci většinou pracují ve stoje a nemohou si sednout, což je pro ně bolestivé. Důsledkem je, že lidé bývají častěji nemocní. Dalším problémem je, že zaměstnavatelé většinou nemají zdravotnické zařízení, ve kterém by mohli být zaměstnanci ošetřeni. Například v Bangladéši si lidé náklady na lékaře musejí platit sami. Minimum zaměstnanců dostává lékařský příspěvek, ale ten ani zdaleka nepokryje náklady na lékařské ošetření (Sikdar et al, 2014). Pokud se v práci zaměstnanci zraní nebo dokonce zemřou, většinou nedostanou žádnou kompenzaci, protože mnoho z nich je zaměstnáno pouze neformálně, tzn., že nemají pracovní smlouvy (European Parliament, 2014). Zdravotní pojištění není zaměstnancům poskytováno a proto musejí využívat služeb soukromých lékařských zařízení (University of London, 2014b). Vzhledem k tomu, že v oděvním průmyslu je zaměstnáno mnoho žen, je důležité zabývat se i mateřskou dovolenou. Bohužel bývá mateřská dovolená poměrně krátká. Například v Bangladéši trvá maximálně 4 měsíce, což samozřejmě komplikuje situaci žen, které mají dítě (Sikdar et al, 2014).

Stejně problémy jako se zdravotním pojištěním můžeme najít i u sociálního pojištění. Zaměstnanců, kteří si mohou dovolit přispívat na sociální pojištění, je velice málo a většinou jsou to ti, kteří pracují ve velkých společnostech a jsou najati přímo firmou a ne dodavatelem. Ostatní však nejsou schopni si na toto sociální zabezpečení přispívat. Lidé často nemají ani žádný identifikační dokument a tudíž nemají nárok ani na programy sociálního zabezpečení, např. v Indii existuje tzv. „*Karta veřejného*

*distribučního systému*“, na kterou mohou lidé dostat jídlo (University of London, 2014a).

Další důležitý aspekt, který ve výrobnách chybí, jsou odbory. Neexistence odborů či znemožňování jejich založení a vedení je poměrně běžnou praxí. Odbory bývají často zavražďovány, někdy i fyzicky, nebo jsou potlačovány. Lidé, kteří se chtějí angažovat v odborech nebo je zakládají, bývají napadáni a někdy jsou nuceni i k rezignaci (European Parliament, 2014). Například v Indii je existence odborů velice nízká a jen velmi málo zaměstnanců by stálo o to, aby se odbory vytvořily, nebo mají strach z následků, které by je mohly potkat, pokud by se do odborové činnosti nějakým způsobem zapojili (University of London, 2014a). Nekorektní přístup k zaměstnancům se neprojevuje pouze ve spojení s odbory, ale také v přístupu k ženám. Většinou ženy, především ty starší, si stěžují na špatné a kruté chování nadřízených. V některých případech dokonce dochází i k fyzickému napadání (Sikdar et al, 2014). Další velký problém pro zaměstnance je nepravdivost a tím pádem i nejistota zaměstnání, která se týká většinou těch, kteří pracují z domu nebo jenom nahodile (University of London, 2014b). Avšak u zaměstnanců, kteří pracují v továrně, také panuje strach, protože mohou kdykoliv dostat výpověď. Tyto obavy jsou ještě více zesíleny starostmi o budoucnost, protože lidé nejsou schopni ze mzdy téměř nic ušetřit (Sikdar et al, 2014). Jak můžeme vidět, navzdory všem uvedeným problémům a nepříznivým podmínkám, ve kterých zaměstnanci pracují, je jedním z největších obav zaměstnanců to, že o svou práci přijdou.

V následujícím odstavci jsou shrnuty pracovní podmínky zaměstnanců, které byly v této podkapitole rozebrány. Pro větší přehlednost jsou shrnuty v Tabulce č. 2.

Pracovní podmínky zaměstnanců oděvního průmyslu v rozvojových zemích jsou velmi znepokojující. Kromě malých výdělků a nepřiměřeně dlouhé pracovní doby je ohrožen jejich zdravotní stav, jak fyzický, tak psychický, dále jejich bezpečnost jako taková a zdravotní a sociální pojištění je pro ně téměř nedosažitelné. Navzdory všem těmto tvrdým pracovním podmínkám je oděvní průmysl jedna z mála možností, kde tito lidé mohou pracovat a vydělat si alespoň nějaké peníze, aby uživilí svou rodinu. Lidé však nemají jistotu, že si tuto práci udrží, protože mohou být kdykoliv ze zaměstnání propuštěni.

*Tabulka č. 2 Pracovní podmínky zaměstnanců oděvního průmyslu*

<b>Pracovní podmínky zaměstnanců v oděvním průmyslu</b>
Nizké mzdy a dlouhá pracovní doba
Neformálnost pracovního poměru
Nejistota pracovního poměru
V podstatě neexistence sociálního zabezpečení
Neexistence zdravotního pojištění
Špatný vliv na zdravotní stav zaměstnanců
Krátká mateřská dovolená
Nedostatečná bezpečnost zaměstnanců
Neexistence či nedostatečná reprezentace zaměstnanců v odborech
Obtěžování a diskriminace zaměstnanců

## 2. Koncept důstojné mzdy

V předchozí kapitole byly rozebrány pracovní podmínky zaměstnanců pracujících v oděvním průmyslu v rozvojových zemích. Jedním ze závažných problémů, se kterým se lidé potýkají, jsou velmi nízké mzdy.

Tato kapitola si klade za cíl představit důstojnou mzdu jako koncept, na který se klade důraz především v souvislosti s oděvním průmyslem. V této kapitole je popsána historie, definice a výpočet důstojné mzdy, rozdíl mezi minimální a důstojnou mzdou a také, jak je důstojná mzda právně upravena. V poslední části této kapitoly jsou popsány výhody a nevýhody, které důstojná mzda přináší jak zaměstnanci, tak zaměstnavateli.

### 2.1 Historie a současné iniciativy

Důstojná mzda je konceptem, který je aktuálně velice populární a moderní. Nejde však o koncept, který by vznikl v nedávné době, právě naopak. První zmínky o důstojné mzdě můžeme nalézt již ve starověkém Řecku u Platóna či Aristotela. V průběhu staletí se k tomuto tématu vracelo několik autorů jako například Tomáš Akvinský nebo Adam Smith (Anker, 2011).

Důstojnou mzdu podporuje také katolická církev. Stala se totiž tématem, které bylo diskutováno i ve Vatikánu (Anker, 2011). Několik papežů ji zmínilo ve svých encyklikách, např. v encyklice Rerum Novarum papeže Lva XIII se ve článku 34 uvádí, že „... mzda musí stačit na to, aby se z ní skromný a poctivý dělník uživil“ (Lev XIII., 1891). Další zmínky o plnohodnotném životě a mzdách se objevily i v dalších encyklikách např. papeže Jana XXIII. z roku 1961 Mater et Magistra, nebo Jana Pavla II. v jeho encyklice Laborem Exercens z roku 1981. Například v Anglii se do kampaně za zavedení důstojné mzdy katolická církev zapojila (Catholic Education Service, 2016). Tento koncept figuruje také v Ústavě Světové organizace práce (ILO), přesněji řečeno v její Preambuli, kde se zdůrazňuje potřeba zajišťování důstojné mzdy (Anker, 2011).

V polovině 90. let 20. století vzniká moderní hnutí za důstojnou mzdu. Organizátoři tohoto hnutí nastavili hodnotu tehdejší důstojné mzdy tak, aby se lidé již nenacházeli pod hranicí chudoby (Pollin, 2007). Na počátku 21. století, v rámci společenské

odpovědnosti firem, zažívá koncept důstojné mzdy obrození. Vznikají různá sdružení a iniciativy, které se tomuto tématu věnují a zkoumají, jaká je situace především v oděvním průmyslu, ve kterém jsou zaměstnanci obecně méně finančně ohodnoceni než v ostatních průmyslových sektorech (Anker, 2011).

Jednou z iniciativ, která se zabývá prosazováním důstojné mzdy v oblasti asijského kontinentu, je Asia Floor Wage (AFW), která stanovila mzdu, která by byla dostačující pro pokrytí nákladů na život v asijských zemích, které vyrábí oblečení (Clean Clothes Campaign, 2013a). AFW je součástí kampaně Clean Clothes Campaign, která se ve spolupráci s více než 200 partnerskými organizacemi a odbory v zemích, které vyrábí oblečení, od roku 1989 zabývá podporou a prosazováním základních práv zaměstnanců. Díky této široké síti partnerů je možné kvalitně posoudit podmínky a problémy jednotlivých zemí a adekvátně odhadnout výši důstojné mzdy (Clean Clothes Campaign, 2013b). AFW se zaměřuje také na vzdělávání a sdružování pracovníků v oděvním průmyslu. Na základě její činnosti vzniklo i několik vzdělávacích materiálů, jako např. komiksy. Tato kampaň se však nezaměřuje pouze na pracovníky, ale také na značky a maloobchodníky. Podle AFW by do vyjednávání o důstojné mzdě měly být zapojeny všechny subjekty, tzn. maloobchodníci, značky, ale také vláda daného státu, aby mohla zajistit udržitelné zajišťování důstojné mzdy především tak, že bude chránit práva zaměstnanců (Musiolek, 2011).

Další významnou organizací je Ethical Trading Initiative (ETI). Tato iniciativa sdružuje neziskové organizace, odbory a společnosti, které podporují práva zaměstnanců ve světě, mezi nimi i nárok na důstojnou mzdu (ETI, 2016a). ETI se snaží identifikovat postupy, které jsou potřeba implementovat, aby společnosti obchodovaly eticky a aby došlo ke zlepšení životní úrovně zaměstnanců (ETI, 2016b).

Další organizace, která se zabývá problematikou oděvního průmyslu a prosazování důstojné mzdy v dnešním světě je Fair Wear Foundation. Jedná se o neziskovou organizaci, která čítá na 80 členů, kteří zastupují 120 značek ze sedmi evropských zemí. Fair Wear Foundation aktivně působí v jedenácti asijských, evropských a afrických státech. Jejím hlavním cílem je zlepšování pracovních podmínek včetně zajišťování důstojné mzdy (Fair Wear Foundation, 2009).

Fair Labour Association je iniciativa, která sdružuje CSOs<sup>2</sup>, univerzity a společensky odpovědné společnosti, které se zabývají podporou práv zaměstnanců ve světě. Asociace sídlí ve Washingtonu, DC a má kanceláře ve Švýcarsku, Turecku a Číně (FLA, 2012a). Jejich misí je „*podporovat a chránit práva zaměstnanců a zlepšovat pracovní podmínky na celosvětové úrovni...*“ (FLA, 2012b).

## 2.2 Definice důstojné mzdy

Definovat důstojnou mzdu není jednoduché. Existuje totiž několik definic, které uvádějí, co je to důstojná mzda. V následující části práce najdete popis důstojné mzdy z různých zdrojů. Pro práci jsem zvolila definici Mezinárodní organizace práce, Všeobecné deklarace lidských práv a papežských encyklik, aby bylo možné porovnat, co mají jednotlivé definice společné a v čem se liší. Na závěr podkapitoly je uvedena definice, na které se shodlo šest organizací, které se této problematice dlouhodobě věnují.

Definice Mezinárodní organizace práce a OSN jsem zvolila z toho důvodu, protože jde o mezinárodně uznávané instituce, které sdružují většinu států světa. Definice papežů jsem zvolila z toho důvodu, že křesťanství je nejrozšířenější náboženství na světě a sdružuje různé kultury a státy. Poslední definice je zde uvedena, protože na ní pracovaly organizace, které se důstojnou mzdou dlouhodobě zabývají.

U Mezinárodní organizace práce se termín důstojná mzda objevuje v preambuli její ústavy:

*„... že obecný mír a soulad jsou ohroženy a že je naléhavé zlepšit tyto podmínky: například pokud jde o úpravu pracovních hodin, o stanovení maximálního trvání pracovního dne a týdne, o najímání pracovních sil, o potírání nezaměstnanosti, o záruku mzdy zajišťující slušné životní podmínky, ...“* (ILO, 2010; ČMKOS, 2007). Můžeme vidět, že se zde „*living wage*“ překládá jako „*mzda zajišťující slušné životní podmínky*“.

V textu ústavy se však neobjevuje konkrétnější popis. Avšak v dokumentu Minimum Wage Fixing Convention můžeme nalézt termín minimální mzda, o kterém

---

<sup>2</sup> Civil society organizations

můžeme říci, že se důstojné mzdě blíží. Minimální mzda je zde popisována následujícím způsobem:

*„... minimální mzda by měla... zahrnovat:*

- a) Potřeby pracovníků a jejich rodin, přičemž by měla být brána v potaz obecná úroveň mezd v dané zemi, náklady na živobytí, výhody sociálního zabezpečení a srovnatelné životní podmínky s jinými společenskými skupinami;*
- b) Ekonomické faktory, které představují požadavky na ekonomický rozvoj, na úroveň produktivity, úrovně a potřebu dosahování a udržování vysokých hodnot zaměstnanosti.“ (ILO, 1970).*

Všeobecná deklarace lidských práv upravuje právo na spravedlivou odměnu za práci v článku 23 v odstavci 3. Není zde explicitně využito názvu důstojná mzda, ale její popis jí odpovídá:

*„Každý, kdo pracuje, má právo na spravedlivé platové ohodnocení, které jemu a jeho rodině zajistí živobytí hodné lidské důstojnosti, a které je, v případě nutnosti, doplněno o další formy sociální ochrany.“ (UN, 2015).*

Jak už jsem zmínila v předchozí podkapitole, také církve se zabývají otázkou spravedlivé mzdy. V církevních dokumentech, jako například v encyklikách některých papežů, můžeme nalézt pasáže, které upozorňují na to, že je potřeba, aby byli lidé za svou práci adekvátně odměněni, např. v encyklice *Rerum Novarum* papeže Lva XIII., jejíž pasáž o spravedlivé mzdě je zmíněna v podkapitole 2.1 Historie a současné iniciativy (Lev XIII., 1891).

Na tuto encykliku navázali i další papežové. Následující úryvek pochází z encykliky *Laborem Exercens* papeže Jana Pavla II., který upozorňuje na to, že mzda by měla pokrýt potřeby celé rodiny:

*„Když jde o dospělého zaměstnance, který má odpovědnost za rodinu, pokládá se za spravedlivou mzdu taková finanční odměna, jež stačí k založení a slušnému udržování rodiny i k zajištění její budoucnosti. Tato mzda se může řešit buď takzvaným rodinným platem, to je jedinou odměnou, kterou za svou práci dostává hlava rodiny v takové výši, aby pokrývala rodinné potřeby a aby manželka nemusela vykonávat výdělečnou práci mimo domov, nebo se může řešit jinými sociálními příspěvky, jako*



*jsou rodinné přídatky nebo přídatky mateřské pro ženu, která se věnuje výhradně rodině.*“ (Jan Pavel II., 1981).

Na tuto encykliku navázal také papež Benedikt XVI., který ve své encyklice *Caritas in Veritate* upozorňuje na propojení chudoby a nezaměstnanosti. Říká, že chudoba je způsobena i tím, že jsou lidem upírána práva na důstojnou práci. Připomíná výzvu papeže Jana Pavla II. z roku 2000, ve které byla vyjádřena potřeba zajistit lidem důstojnou práci. Papež Benedikt XVI. dále vysvětluje, že jedním z rysů důstojné práce je i následující charakteristika: *„práce, která umožňuje rodinám uspokojit jejich potřeby a umožňuje dětem chodit do školy, aniž by byli nuceni pracovat“* (Benedikt XVI., 2009).

Každá z předchozích definic je jiná, ale všechny vystihují podstatu důstojné mzdy, tedy to, že člověk by z ní měl uživit sebe i svou rodinu. Liší se především v tom, jak ji jednotlivé texty nazývají, např. v encyklice papeže Jana Pavla II. se mluví o tzv. rodinné mzdě. Ale ve většině textů se mzda nijak nepojmenovává, spíše se text zaměřuje na její popis.

Jednotná definice důstojné mzdy byla dlouhou dobu nejasná. To nahrávalo oděvním společnostem, protože neexistence jednotné definice využívaly jako výmluvu pro neplacení důstojné mzdy. Dnes již definice existuje a byla vytvořena ve spolupráci šesti organizací, a to Fairtrade International, Forest Stewardship Council, GoodWeave, Sustainable Agriculture Network/Rainforest Alliance, Social Accountability International a UTZ Certified. Jmenované organizace dále pracují na její propagaci a implementaci (Anker, 2013).

Při formulování definice se autoři inspirovali všemi poučkami, definicemi a jinými popisy důstojné mzdy, které našli ve více než 60-ti nejrůznějších dokumentech. Mezi tyto dokumenty můžeme zařadit národní ústavy, Všeobecnou deklaraci lidských práv, dokumenty nestátních neziskových organizací, dokumenty Mezinárodní organizace práce, pravidla chování multistátních a korporátních firem, prohlášení významných historických osobností, papežů a katolické církve (Anker, 2013).

Definice důstojné mzdy zní:

*„Odměna, kterou obdrží zaměstnanec za standardní pracovní týden na určitém místě, který je dostatečný na to, aby zajistil důstojné podmínky života pro zaměstnance*

*a jeho či její rodinu. Součástí důstojných životních podmínek jsou potrava, voda, bydlení, vzdělání, zdravotní péče, doprava, oblečení a ostatní základní potřeby zahrnující i náklady na neočekávané události.“ (Anker, 2013).*

## **2.3 Výpočet důstojné mzdy**

Dalším problémem týkající se důstojné mzdy je její výpočet. Můžeme najít několik různých způsobů, jak se důstojná mzda dá vypočítat. V této podkapitole jsou uvedeny tři způsoby výpočtu důstojné mzdy. Tyto způsoby jsem zvolila z toho důvodu, protože autorem každého modelu je jedna z iniciativ, které se důstojné mzdě dlouhodobě věnují. Jedná se o různé postupy, ve kterých se využívá různých proměnných. Na závěr podkapitoly je uvedeno kritické zhodnocení výpočtů.

### **2.3.1 Model č. 1**

Jeden ze způsobů výpočtu důstojné mzdy uvádí autorka Bettina Musiolek (2011) v rámci kampaně Asia Floor Wage z organizace Clean Clothes Campaign. Podle ní se důstojná mzda vypočítá jako součet nákladů na potravu a tzv. nepotravinových nákladů:

$$\text{Důstojná mzda} = \text{náklady na potravu} + \text{nepotravinové náklady}$$

Tato mzda je vypočítána pro 48 hodinový pracovní týden. Je mezinárodně srovnatelná, jelikož je počítána v dolarech v paritě kupní síly. Náklady na potravu jsou vypočítávány tak, aby dospělý člen domácnosti měl 3000 kalorií denně. Náklady na nepotravinové položky jsou stejně vysoké jako na ty potravinové (Musiolek, 2011).

Pro rok 2015 byla důstojná mzda na základě výpočtu Asia Floor Wage vypočítána na 1021 \$ v paritě kupní síly. Tato mzda byla vypočítána buď pro jednoho zaměstnance a dva další dospělé, kteří jsou na zaměstnanci závislí, nebo pro jednoho zaměstnance, jednoho dospělého a dvě děti, nebo jednoho zaměstnance a čtyři děti. Při výpočtu mzdy se počítalo s tím, že 50 % financí bude využito na náklady na potravu, 40 % na oblečení, ubytování, dopravu, vzdělání dětí a výdaje na zdravotní péči a zbylých 10 % jsou finance, které mohou lidé využít, na cokoli chtějí, např. zábavu, úspory, důchod nebo pokud živitel rodiny ztratí práci (AFW, 2013a). V Tabulkách č. 3 a č. 4 můžeme vidět tuto mzdu přepočítanou na měny jednotlivých rozvojových zemí.

Tabulka č. 3 Asia Floor Wage v místní měně (AFW, 2013b), upraveno autorkou

Pro země, které provedly výzkum Spotřebního koše

Země	Asia Floor Wage v místní měně
Kambodža	1 630 045 rielů
Indie	18 727 rupii (INR)
Indonésie	4 684 570 rupii
Sri Lanka	48 608 rupii (SLR)

Tabulka č. 4 Asia Floor Wage v místní měně (AFW, 2013b), upraveno autorkou

Pro asijské země, které neprovedly výzkum spotřebního koše

Země	Asia Floor Wage v místní měně
Bangladéš	29 442 taka
Čína	3 487 juanů
Malajsie	1 643 ringgitů
Nepál	32 310 NPR
Pákistán	31 197 PKR
Filipíny	20 247 PHP
Thajsko	13 359 bahtů
Vietnam	8 949 153 VND

### 2.3.2 Model č. 2

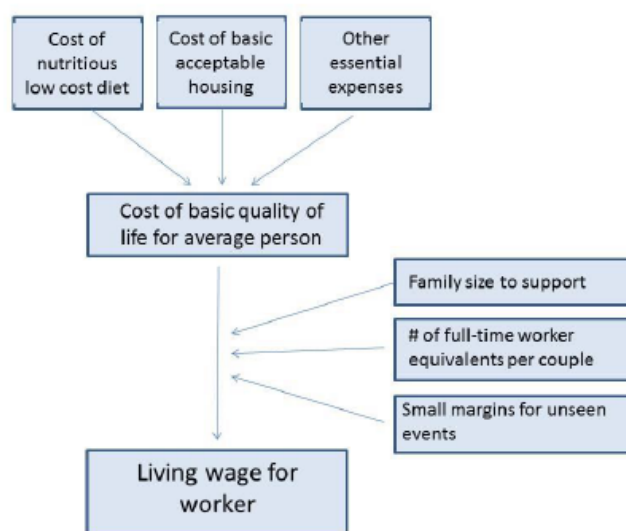
Organizace Fairtrade International, Forest Stewardship Council, GoodWeave, Sustainable Agriculture Network/Rainforest Alliance, Social Accountability International a UTZ Certified, které se dohodly na definici důstojné mzdy, se shodli také na metodologii jejího výpočtu. Výpočet, který vytvořili, je následující:

Důstojná mzda = náklady na potravu + náklady na bydlení + náklady na ostatní základní potřeby

Náklady na potravu se odvíjí od množství přijatých kalorií doporučených Světovou zdravotnickou organizací. Jídlo musí být nízkonákladové, výživné a především místní. Zároveň jsou brány v potaz místní ceny výrobků, které lidé obvykle nakupují. Druhou položkou jsou náklady na bydlení. Tyto náklady jsou „odhadovány na základě mezinárodních (UN-HABITAT) a národních standardů pro důstojnost (např. obydlí umístěné mimo slum a nebezpečné oblasti, které má stálé zdi, střechu, která neprotéká, a adekvátní větrání; vybavení jako elektřina, voda, čistá toaleta, a dostatek místa, aby rodiče a děti spaly odděleně)“ (Anker, 2013, 2). Třetí složkou, obsaženou ve výpočtu, jsou ostatní základní potřeby. Do této složky jsou započítávány náklady na zdravotní péči, dopravu a vzdělání. Na závěr se přidává malá částka, která má zajistit, že lidé budou mít dostatek finančních prostředků na neplánované výdaje, jako např. nehody, nemoci a zajištění udržitelnosti a zamezení chudoby. Veškeré náklady jsou odhadovány ve spolupráci s místními obyvateli pro typickou rodinu (Anker, 2013). Na Obrázku č. 1 je znázorněna metodologie tohoto výpočtu.

Obrázek č. 1 Výpočet důstojné mzdy (Anker, 2013)

Figure 1. Flow chart of methodology for estimation of living wage



### 2.3.3 Model č. 3

Organizace Fair Wear Foundation také vytvořila způsob, jak odhadnout důstojnou mzdu. Stejně jako předchozí organizace odhaduje důstojnou mzdu na základě základních potřeb, které představují: výživu, náklady na bydlení (elektřina a další

základní vybavení), oblečení, pitnou vodu, zdravotní péči, péči o děti, dopravu a úspory. Aby byl její přesný odhad možný, bylo by zapotřebí spolupracovat s místními lidmi a zaměstnanci a jinými partnery. To však v praxi není možné, proto se výpočet provádí pomocí tzv. Wage Ladderu (FWF, 2012). Wage Ladder je nástroj, který je přístupný na internetu. Slouží především zaměstnavatelům k tomu, aby zjistili, jestli mzda, kterou platí svým zaměstnancům, odpovídá odhadu důstojné mzdy v oblasti, ve které mají umístěnou výrobu. Pokud se mzda liší od důstojné mzdy, Wage Ladder společnost upozorní, v čem jsou rozdíly. Zaměstnavatelé se tak mohou zaměřit na problematické oblasti a začít pracovat na zlepšení situace. Odhadovaná mzda je založena na datech neziskových organizací, místních odborových svazů, vládních agentur a obchodních asociací. Započítány jsou také národní a mezinárodní ukazatele jako například hranice chudoby a mzdové statistiky OSN nebo Asia Floor Wage (FWF, 2009b).

#### **2.3.4 Kritické zhodnocení**

Na základě popsaných způsobů vypočítání důstojné mzdy můžeme shrnout několik nevyhovujících postupů. Nejprve bych chtěla upozornit na to, že ačkoliv mají všechny iniciativy stejný cíl, neexistuje mezi nimi shoda, jak se má důstojná mzda vypočítat. Myslím si, že pokud nebude mezinárodně uznán jeden způsob jak důstojnou mzdu vypočítat, bude velmi problematické ji zavádět, protože každý ji bude počítat jinak.

Co se týče Modelu č. 1, není ideální odhadovat důstojnou mzdu na základě nákladů na potraviny a nepotravinové náklady, protože do nepotravinových nákladů je pak zapotřebí zahrnout také náklady na bydlení a ty často tvoří velký rozdíl, např. důstojná mzda pro město či vesnici. Obecně platí, že na vesnici jsou náklady na bydlení nižší než ve městě (Anker, 2013).

U všech modelů se započítává položka, která představuje finance navíc, které člověk může využít podle svých představ či nepředpokládaných výdajů. Jedná se buď o úspory či výdaje na nemoc nebo na zábavu. Není však konkrétně uvedeno, jakou částku z dané mzdy je potřeba připočítat. Pouze první model uvádí, že by to mělo být 10 % mzdy, ostatní modely neudávají, o jak velkou část mzdy jde. Myslím si, že pokud by byly tyto peníze určeny na období nemoci, bylo by možné tuto částku stanovit na základě cen základních léků v dané zemi. Pokud by se jednalo o zábavu či volnočasové aktivity, myslím si, že je poměrně problematické určit správné množství

finančních prostředků. Muselo by se určit jak často a kam by si lidé chodili odpočinout nebo se rozptýlit.

Dalším problémem při vypočítávání důstojné mzdy je počet lidí, které má tato mzda uživit. Vypočítávat důstojnou mzdu pro rodinu s dvěma dětmi může být zavádějící, jelikož v některých jihoasijských a jiho-východoasijských státech, jako například Bangladéš a Indie je celková plodnost žen vyšší než dvě děti a proto lze očekávat, že v rodinách bude dětí více. U Bangladéše je to 2,4 narozeného dítěte na ženu a v Indii 2,48 narozeného dítěte na ženu. Pokud jde o Čínu a Vietnam plodnost se pohybuje pod dvěma narozenými dětmi na ženu, konkrétně Čína 1,6 narozeného dítěte na ženu a Vietnam 1,8 narozeného dítěte na ženu (CIA, 2016a; CIA, 2016b; CIA, 2016c; CIA, 2016d). Pokud je tedy počet dětí v domácnosti vyšší než dvě, je potřeba tomu důstojnou mzdu přizpůsobit. Avšak v návodech na výpočet důstojné mzdy není uvedeno, o kolik by se měla důstojná mzda zvýšit. Pouze model číslo jedna uvádí různé kombinace členů rodiny pro vypočítanou důstojnou mzdu. Podle mého názoru s tím souvisí i více práce, protože zaměstnavatel by musel mít přesný přehled o tom, kolik lidí žije s každým zaměstnancem v domácnosti a přizpůsobit tomu jeho mzdu.

## **2.4 Rozdíl mezi důstojnou mzdou a minimální mzdou**

Důstojná mzda je často zaměňována se mzdou minimální. Původním záměrem minimální mzdy bylo zamezit vykořisťování především žen a dětí, čímž se inspirovali i Britové a zavedli první zákony o minimální mzdě. Minimální mzda je jedním z programů, které mají za cíl udržovat obyvatelstvo nad hranicí chudoby. Aby to bylo možné, je zapotřebí ji pravidelně zvyšovat (Schenk, 2001).

*„Minimální mzda je nejnižší hodinová mzda, kterou může zaměstnavatel legálně platit svému zaměstnanci, a to jak pracovníkovi na plný úvazek, tak i pracovníkovi na částečný úvazek.“* (Schenk, 2001). Na rozdíl od minimální mzdy, je důstojná mzda pouze jakési neformální měřítko. Není možné ji vynutit legální cestou, protože není právně upravena na rozdíl od minimální mzdy, která je právně vynutitelná (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Cílem nevládních organizací a iniciativ je, aby byla minimální mzda nastavena na úrovni důstojné mzdy. V tom případě by pak tato mzda byla právně vynutitelná, protože každý stát má ze zákona danou minimální mzdu (CCC, 2013b; FWF, 2015). Tabulka č. 5

porovnává mzdovou situaci ve státech západní Evropy, tedy v Belgii, Francii, Nizozemí, Portugalsku, Španělsku a Velké Británii, dále v České republice, v USA a v Austrálii. Můžeme říci, že u téměř 2/3 uvedených vyspělých států je zákonná minimální mzda pro jednotlivce vyšší než předpokládaná důstojná mzda. Pouze Česká republika, Nizozemí a Velká Británie má minimální mzdu nastavenou na nižší úrovni, než je předpokládaná důstojná mzda. Je však nutné zmínit, že mzda pro nízkokvalifikovaného zaměstnance je ve všech zemích, kromě Austrálie, u které pro tuto kategorii neexistují data, vyšší než minimální i důstojná mzda.

Tabulka č. 5<sup>3</sup> Srovnání důstojné mzdy vyspělých států (Wageindicator.org, c2016)

<b>Srovnání důstojné mzdy vyspělých států</b>				
<b>Stát</b>	<b>Národní hranice chudoby (Euro)</b>	<b>Zákonná minimální mzda pro jednotlivce (Euro)</b>	<b>Důstojná mzda (Euro)</b>	<b>Mzda pro nízkokvalifikované zaměstnance (Euro)</b>
Česká republika	366,3	344,1	458,8	547,6
Velká Británie	1036,67	724,42	876,8	1336,43
Nizozemí	1050	457	842	1370
Belgie	1090	1030	915	1530
Francie	987	1460	881	1400
Španělsko	663	655	643	717
Portugalsko	411	530	473	550
USA	903,72	x	1044,11	1140,62
Austrálie	1486,96	1908,93	1152,06	x

Stejně jako důstojná mzda, má i minimální mzda své odpůrce a podporovatele. Existuje mnoho názorů na minimální mzdu, některé tvrdí, že zvyšování minimální mzdy odradí zaměstnavatele od zaměstnávání nekvalifikovaných lidí a zaměří se na lepší technologie. Jiné říkají, že v dlouhodobém horizontu by se měla zaměstnanost zvýšit, protože lidé budou více utrácet. Existují také názory, že zvyšování minimální mzdy nemá žádný vliv na zaměstnanost respektive nezaměstnanost (Schenk, 2001).

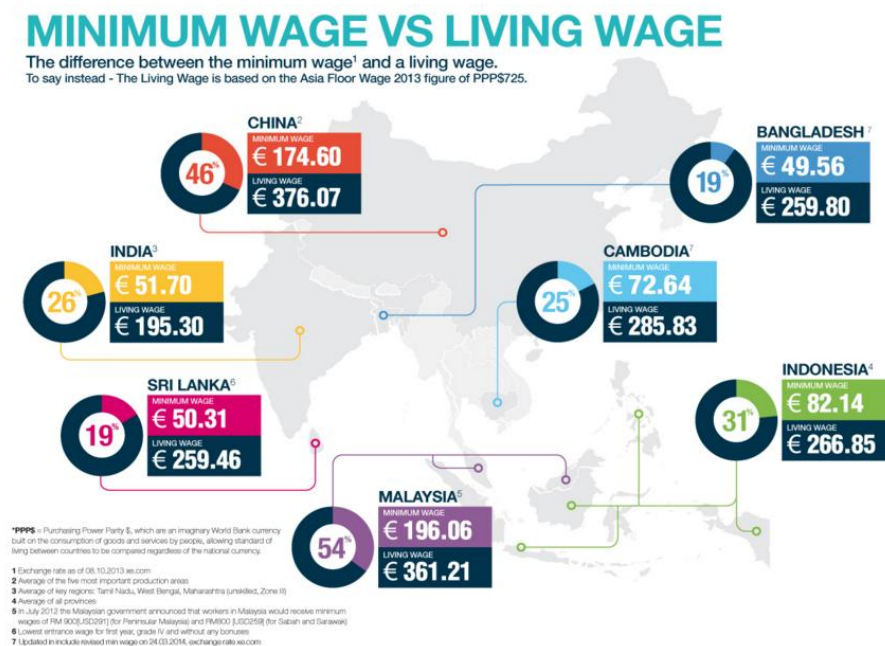
Především pro zaměstnance oděvního průmyslu je zajišťování důstojné mzdy velice zásadní, protože minimální mzdy v zemích, jejichž ekonomiky jsou zaměřeny na oděvní průmysl, jsou výrazně nižší než odhadovaná důstojná mzda. Bylo zjištěno,

<sup>3</sup> Data byla aktualizována k 1.1. 2016.

že pro zaměstnance oděvního průmyslu představují minimální mzdy spíše stropy, tedy tu nejvyšší možnou mzdu, kterou si mohou vydělat, než skutečně minimální mzdu. Taktéž je jisté, že lidé, kteří pobírají minimální mzdu, nejsou schopni se z ní uživit. V neposlední řadě se ukázalo, že zadávání výroby dodavateli se řídí na základě výše minimální mzdy (Musiolek, 2011). Častými reakcemi na nízké mzdy jsou různé nepokoje a stávky, které se odehrály v Barmě, Bangladéši, Číně, Laosu, Kambodži a dalších zemích. Byly také spuštěny kampaně, které se snaží prosazovat důstojnou mzdu, jako například Clean Clothes Campaign (Musiolek, 2011).

Clean Clothes Campaign vytvořila studii, kde porovnála minimální mzdy a odhadované důstojné mzdy pro asijské země, ve kterých je oděvní průmysl významný. Na následujícím Obrázku č. 2 můžete vidět, jaké jsou mezi mzdami rozdíly<sup>4</sup>:

Obrázek č. 2 Minimální mzda versus důstojná mzda (CCC, 2013a)



Na obrázku můžeme vidět rozdíly mezi minimální a důstojnou mzdou v sedmi asijských státech přepočítané na eura. Můžeme říci, že ani v jedné zemi nedosahuje minimální mzda hodnoty důstojné mzdy pro daný stát. Nejlepší situace je v Malajsii, kde minimální mzda dosahuje 54% hodnoty důstojné mzdy, tzn., že zaměstnanci si vydělají 196,06 €, přičemž důstojná mzda je odhadována na 361,21 €. V Číně tvoří minimální mzda 46 % hodnoty důstojné mzdy, zaměstnanci si vydělají 174,60 €,

<sup>4</sup> Data pocházejí z roku 2013.



přičemž by měli za svou práci dostávat 376,07 €. Přestože se jedná o státy, kde je v rámci důstojné mzdy nejlepší situace (minimální mzdy se nejvíce blíží hodnotě důstojné mzdy), stále je mzda, kterou si pracovníci vydělají, nedostatečná na pokrytí základních potřeb zaměstnance a jeho rodiny. Na druhé straně situace v Bangladéši a na Srí Lance je špatná. Oba státy mají téměř stejnou hodnotu důstojné mzdy, Bangladéš 259,80 € a Srí Lanka 259,46 €. V obou zemích je ale zaměstnancům placeno pouze 19% z odhadované důstojné mzdy. Pro Bangladéš je to 49,56 € a pro Srí Lanku 50,31 €. Na tomto příkladu tedy můžeme vidět hlavní rozdíl mezi minimální a důstojnou mzdou. Minimální mzda nestačí na pokrytí základních potřeb zaměstnanců a jejich rodin a důstojná mzda je pro ně zatím nedosažitelným cílem.

V tomto odstavci je uvedeno shrnutí rozdílů mezi důstojnou mzdou a minimální mzdou, které byly popsány v této podkapitole. Největším a nejdůležitějším rozdílem mezi minimální mzdou a důstojnou mzdou je, že minimální mzda je právně vymahatelná, kdežto důstojnou mzdou není možné právně vymáhat. Výše důstojné mzdy v rozvojových zemích je vždy vyšší než výše minimální mzdy, to můžeme vidět na Obrázku č. 2. Kdežto v Tabulce č. 1 vidíme, že v rozvinutých státech, především ve státech západní Evropy, v USA a v Austrálii platí, že minimální mzda je většinou vyšší než důstojná mzda. V rozvojových zemích není možné se z minimální mzdy uživit, na rozdíl od důstojné mzdy, která je navržena tak, aby zaměstnanci uživili sebe i svou rodinu a ještě jim zbyla část příjmu na úspory či nepředpokládané náklady. Podle neziskových organizací by bylo nejideálnější, aby se minimální mzda svou výší vyrovnala důstojné mzdě, protože v tom případě by bylo možné takto vysokou mzdou vymáhat.

## **2.5 Právní zajištění důstojné mzdy**

Důstojná mzda je mezinárodně uznané právo, které je zakotveno v několika dokumentech různých organizací (Musiolek, 2011). Jak už jsem zmínila v podkapitole 2.2 Definice důstojné mzdy, důstojnou mzdou jako lidské právo můžeme nalézt ve Všeobecné deklaraci lidských práv v článku 25, odstavec 1<sup>5</sup> (UN, 2015).

Dalším dokumentem, který hovoří o důstojné mzdě jako právu, je Evropská sociální charta. Evropská sociální charta je dokument Rady Evropy, který vznikl v roce

---

<sup>5</sup> Přesné znění tohoto odstavce je uvedeno v podkapitole Definice důstojné mzdy.

1961 a byl znovu upraven v roce 1996. Jde o dodatkový dokument k Evropské úmluvě o lidských právech, který zajišťuje ekonomická a sociální lidská práva. Pasáž upravující důstojnou mzdu nalezneme v Části II., článku 4 Právo na spravedlivou odměnu (Council of Europe, 2015a; Council of Europe, 2015b). Článek má 5 odstavců, které stanovují, jak by měl být zaměstnanec ohodnocen za svou práci:

*„Článek 4*

*Právo na spravedlivou odměnu za práci*

*S cílem zajistit účinný výkon práva na spravedlivou odměnu za práci se smluvní strany zavazují:*

- 1. Uznat právo pracovníků na takovou odměnu za práci, která jim i jejich rodinám zajistí slušnou životní úroveň,*
- 2. Uznat právo pracovníků na vyšší odměnu za přesčasovou práci, s výhradou výjimek ve zvláštních případech,*
- 3. Uznat právo pracujících mužů a žen na stejnou odměnu za práci stejné hodnoty,*
- 4. Uznat právo všech pracovníků na přiměřeně dlouhou výpovědní lhůtu při ukončení zaměstnání,*
- 5. Dovolit srážky ze mzdy jen za podmínek a v rozsahu daném vnitrostátními zákony nebo předpisy nebo podle kolektivních smluv anebo podle rozhodčího nálezu. (Rada Evropy, 1996)“*

Požadavek na zajišťování důstojné mzdy nalezneme také v preambuli ústavy Mezinárodní organizace práce, kde se zdůrazňuje potřeba zajistit zaměstnancům důstojné pracovní podmínky včetně důstojné mzdy. Přesnou citaci jsem již uváděla v kapitole 2.2 Definice důstojné mzdy, proto ji zde znovu uvádět nebudu.

Jak můžeme vidět v mezinárodních konvencích lze právní úpravu důstojné mzdy nalézt, avšak co se týče národních dokumentů a ústav, je situace poněkud jiná, protože upravují pouze minimální mzdu.

### **2.5.1 Zhodnocení právního zajištění důstojné mzdy**

Mezinárodní instituce zahrnují do svých úmluv a konvencí problematiku důstojné mzdy, avšak problémem je, že důstojná mzda není na základě těchto konvencí právně vymahatelná. Pokud stát konvenci ratifikuje, většinou se zavazuje k tomu, že se bude

snažit naplňovat cíle, které mu z dané konvence vyplývají. Pokud však tyto cíle neplní, nehrozí mu žádný postih. Co se týče Evropské sociální charty, země si může zvolit, ke kterým článkům se zavazuje, tudíž se může stát, že si vláda článek o důstojné mzdě nezvolí a tím pádem se nezavazuje ani k tomu, že se o zavedení důstojné mzdy bude snažit. Navíc jde pouze o Evropskou chartu, kterou mohou ratifikovat pouze evropské státy, tudíž asijské státy, ve kterých se vyrábí oděvy, se k takovéto chartě vůbec nemohou oficiálně zavázat (Rada Evropy, 1996).

Pokud se zaměříme na Všeobecnou deklaraci lidských práv, můžeme říci, že na rozdíl od Evropské sociální charty má celosvětovou působnost, jelikož je závazná pro všechny státy, které jsou členy Organizace spojených národů, tedy pro 193 států (UN, 2015). Problémem ovšem je, že stejně jako Evropská sociální charta je to pouze deklaratorní dokument, který není zavazující. Je tedy velice těžké a složité postihovat jeho porušování. Problém je především v mechanismech, které mají zajistit kontrolu a nápravu porušování lidských práv v rámci Rady OSN a komisí. Do dnešní doby se podařilo postihnout pouze období apartheidu v Jihoafrické republice a genocidu ve Východním Timoru (Krejčí, 2011).

U ústavy Mezinárodní organizace práce nastává stejný problém jako u předchozích dvou dokumentů, tzn., nejsou to dokumenty, které by státy právně zavazovaly plnit vše, co je v textu uvedeno.

## **2.6 Výhody a nevýhody důstojné mzdy**

Důstojná mzda je nástrojem, který s sebou nese jak výhody, tak nevýhody. Je ale potřeba si uvědomit, že lidé, kteří pracují za velmi nízkou mzdu, nemají šanci se vymanit z chudoby, pokud nebudou za svou práci patřičně odměněni. Jako u každého fenoménu i zde se najdou příznivci a odpůrci zavádění důstojné mzdy.

Odpůrci důstojné mzdy často využívají zákon poptávky jako argument proti jejímu zavádění. Zákon poptávky je definován tak, že pokud se zvýší cena produktu, poptávka po něm automaticky klesá, tzn., že pokud se zvýší cena práce, firma bude najímat méně zaměstnanců. Jenomže zákon poptávky v tomto případě není relevantní, jelikož je to model, který předpokládá, že všechny ostatní proměnné zahrnuté ve výpočtu jsou konstantní, ale v reálném životě tomu tak není. Závisí totiž i na dalších faktorech jako je např. poptávka po zboží společnosti (Pollin, 2007).

V dnešní době se výrobci snaží tlačit ceny co nejnižší, aby měli na trhu výhodnější postavení. Nízké ceny mají často za následek nízké platy lidí, kteří produkty vyrábí, protože pro obchodníka je nejjednodušší snížit platy zaměstnanců. Mezi cenou a mzdou tedy existuje velmi silný vztah. Pokud chce zaměstnavatel platit svým zaměstnancům důstojnou mzdu, musí tomu také odpovídat cena konečného produktu, tzn., že cena musí být adekvátní ke mzdě. V opačném případě se zaměstnavatel dopouští porušování základních lidských práv (FWF, 2012).

Důstojná mzda s sebou přináší jak výhody, tak nevýhody, které se projevují na straně zaměstnance i zaměstnavatele. V následující části jsou tyto výhody a nevýhody popsány.

### **2.6.1 Výhody a nevýhody pro zaměstnance**

Pro zaměstnance je výhodou důstojné mzdy především to, že má okamžitý efekt, tzn., že zaměstnanec je přímo odměněn za odvedenou práci. Projevuje se ihned v podobě vyšší mzdy, kterou zaměstnanec vydělá (Pollin, 2007). S tím souvisí také zvýšení disponibilního příjmu. Protože mají-li lidé vyšší mzdu, mají také více finančních prostředků k dispozici, což jim umožňuje kvalitnější život. Dále důstojná mzda napomáhá řešit příjmovou nerovnost. Díky zvýšeným platům se snižují rozdíly mezi nejlépe a nejhůře placenými zaměstnanci. Stejně tak z genderového hlediska se uzavírá mezera mezi mzdami žen a mužů (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Důstojná mzda má také význam v oblasti psychologické. Pokud zaměstnanec vydělává důstojnou mzdu, zvyšuje se jeho respekt k jemu samému, což mu zároveň dodává větší sebevědomí. Můžeme tedy říci, že má pozitivní psychologický efekt (Pollin, 2007). Zároveň se takto řeší problém strádání, protože v rámci této politiky by měli lidé mít dostatečné množství peněz, které potřebují ke svému životu. V neposlední řadě také napomáhá bojovat s dětskou chudobou (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Podle mého názoru jde o nejrychlejší a nejefektivnější řešení chudoby, protože má okamžitý efekt.

Zaměstnancům mohou z důstojné mzdy plynout i některé nevýhody. Negativní vliv může mít důstojná mzda na ty zaměstnance, kterým jejich mzda zvýšena nebyla. Tito zaměstnanci se mohou cítit ukřivdění a může to mít negativní vliv na jejich práci a produktivitu. Další uváděnou nevýhodou je, že lidé, kteří pobírají důstojnou mzdu za svou práci, přicházejí o státní podporu, pokud předtím nějakou dostávali. Podle

zákonů již nesplňují podmínky pro pobírání podpory, protože jejich mzda je vyšší (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Podle mého názoru by to nemělo mít negativní dopady na zaměstnance, protože důstojná mzda je nastavena tak, aby z ní lidé dokázali uživit sebe i svou rodinu. Zároveň si myslím, že by to mohlo podpořit i jejich sebevědomí, protože pokud jsou schopní si vydělat dostatek peněz na své živobytí, nemusí být na nikom a na ničem závislí.

### **2.6.2 Výhody a nevýhody pro zaměstnavatele**

Nejen zaměstnanci, ale také zaměstnavatelé mohou zaznamenat výhody, pokud svým pracovníkům budou platit důstojné mzdy. Zaměstnanci, kteří dostávají za svou práci důstojnou mzdu, jsou totiž mnohem více motivováni svou prací vykonávat a nemají tak velké absence v zaměstnání. Souvisí to i se snižováním fluktuace zaměstnanců, tzn., že lidé neopouštějí svou práci tak často (KPMG, 2015). Je tedy zajištěna vyšší stabilita pracovní síly, zaměstnanci zůstávají pracovat ve společnosti. Tím pádem firma ušetří náklady na zaškolování nových pracovníků a její služby jsou mnohem spolehlivější. Celková produktivita pracovníků se tedy zvyšuje a zaměstnanci pocítují větší loajalitu vůči svému zaměstnavateli (Coulson, Bonner, 2015). Další výhodou je, že zaměstnavatelé mohou tímto způsobem získat kvalifikovanější uchazeče o práci. Lidé totiž dají přednost továrně, kde si za stejnou práci vydělají více peněz. Zároveň to může společnosti přinést pozitivní ohlasy okolí, vylepšit její reputaci, protože zvyšují mzdu lidem, kteří jsou za svou práci špatně placeni (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013).

Zároveň můžeme najít výhodu, která se týká jak pracovníků, tak i zaměstnavatelů, a tou je altruismus. Jedná se o jakýsi „morální argument“. Tato mzda totiž dovoluje lidem žít důstojný život. Zaměstnavateli to tak přinese dobrý pocit z toho, že přispěl ke zlepšení životních podmínek svých zaměstnanců (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013).

Výhody nenalezneme pouze na straně zaměstnanců a zaměstnavatelů, ale také na straně vlády dané země, protože díky vyšším mzdám vlády nemusejí uvolňovat vysoké dotace a tím pádem uleví státnímu rozpočtu (Pollin, 2007). Příznivé efekty zaznamená i lokální ekonomika. Pokud budou mít lidé více financí, budou také moci více peněz utratit za zboží a služby (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Další výhodou pro vládu je, že pokud se zvýší platy, vláda vybere více financí

do státního rozpočtu na daních. Zároveň však také ušetří na státní podpoře, protože lidé budou mít vyšší příjmy a už se jim nebudou muset vyplácet sociální dávky (KPMG, 2015).

Mezi nevýhody na straně zaměstnavatele patří například to, že mzda poněkud ztrácí hodnotící funkci. Pokud se pro zaměstnance zavede důstojná mzda, všem lidem, kteří na ní nedosahovali, se zvýší plat. Náročnost práce se tak již nedá ocenit mzdou, protože se smazávají rozdíly mezi různými druhy zaměstnání (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Další nevýhodou je to, že důstojná mzda sice přiláká společnosti nové zaměstnance, ale zároveň je možné, že tyto noví zaměstnanci budou mít nižší motivaci pracovat. Jinými slovy, lidé, kterým je důstojná mzda vyplácena od začátku jejich pracovního poměru, nebudou tak produktivní a motivovaní k práci jako zaměstnanci, kterým byla mzda zvýšena na důstojnou mzdu (KPMG, 2015). Podle mého názoru však záleží na tom, jaký zaměstnanec práci získal. Pokud se jedná o člověka, který práci hledal delší dobu, nebo o člověka, který měl v posledním zaměstnání mnohem nižší mzdu, nebude tento argument platit, protože tyto lidé budou rádi za novou práci, která je navíc lépe placená. Pokud se však bude jednat o člověka, který je na takovou mzdu zvyklý, je možné, že se tento argument projeví.

Pokud zaměstnavatelé přijmou politiku důstojné mzdy, zavazují se tím také mzdu pravidelně zvyšovat, což může být považováno za nevýhodu. S tím souvisí také další nevýhoda, kterou je to, že důstojná mzda může mít negativní vliv na outsourcing, tzv. externí zajišťování zdrojů jako takové, protože zvýšením mzdy se zvýší i náklady na výrobu. Tím se může snížit zájem o tyto služby. (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Pro zaměstnavatele může vyvstat i další problém. Pokud bude nejhůře placeným zaměstnancům zvýšena jejich mzda, jejich nadřízeným se to nemusí líbit, protože by mohli dosáhnout na hodnotu jejich mzdy. Budou tedy požadovat vyšší mzdu, protože mají větší zodpovědnost vzhledem k jejich vedoucí pozici (KPMG, 2015).

Samozřejmě, že každé zvýšení platu s sebou přináší vyšší náklady pro zaměstnavatele (City of Bradford Metropolitan District Council, 2013). Existuje několik způsobů, jak mohou společnosti tento nárůst nákladů pokrýt. První možností je, že ho zaplatí ostatní zaměstnanci, tedy buď se jim sníží mzdy nebo budou propuštěni. Druhou možností je, že ho zaplatí podílníci tak, že nárůst bude hrazen ze zisků

společnosti. Třetí alternativou je, že společnost zdraží své zboží a nárůst zaplatí spotřebitelé. Čtvrtou možností je, že nebude zapotřebí zvolit ani jednu z předchozích alternativ, protože pracovníci budou natolik motivovaní k práci, že vyrobí více zboží, které vygeneruje chybějící náklady. Poslední možností jsou plátcí daní, ale pouze v případě, že zaměstnanci pracují přímo pro vládu (KPMG, 2015).

Pro větší přehlednost jsou všechny výhody a nevýhody uvedené v této podkapitole shrnuty v Tabulce č. 6. Z tabulky je na první pohled zřejmé, že nejvíce výhod plyne zaměstnanci a nejvíce nevýhod plyne zaměstnavateli. Výhody se však rozšiřují i na vládu dané země a zároveň na lokální ekonomiku. Podle mého názoru jsou však výhody pro zaměstnavatele důležité, protože pokud v továrnách stabilně pracují kvalitní zaměstnanci, společnost je schopná lépe reagovat na poptávku po jejím zboží a zároveň samotné zboží je kvalitnější. Může to tak společnosti přinést více zákazníků a tím pádem i více finančních prostředků.

*Tabulka č. 6 Výhody a nevýhody důstojné mzdy*

<b>Výhody a nevýhody důstojné mzdy</b>				
	<b>Zaměstnanec</b>	<b>Zaměstnavatel</b>	<b>Vláda</b>	<b>Lokální ekonomika</b>
<b>Výhody</b>	Okamžitý efekt a více disponibilního příjmu	Větší stabilita a produktivita zaměstnanců	Úspora výdajů	Lidé mohou utratit více peněz
	Pomáhá řešit příjmovou nerovnost	Přiliv kvalitnějších zaměstnanců	Vyšší mzdy znamenají více	
	Zlepšení psychického stavu	Vylepšená reputace		
	Pomáhá řešit chudobu			
	Altruismus			
	<b>Nevýhody</b>	Ztráta státní podpory	Plat ztrácí hodnotící funkci	
Pocit křivdy u ostatních zaměstnanců, kterým		Níže motivace nově přichozích zaměstnanců		
		Negativní vliv na outsourcing		
		Negativní reakce ostatních zaměstnanců		
		Vyšší náklady		
		Pravidelné zvyšování mzdy		

### 3. Metodologie praktické části diplomové práce

Praktická část diplomové práce je postavená na kvalitativním výzkumu založeném na dotazníkovém průzkumu mezi českými oděvními outdoorovými společnostmi, které vyrábí v rozvojových zemích, na analýze webových stránek jednotlivých společností, na rozhovorech s majiteli společností pro online media a relevantních online článků o společnostech. Práce je doplněna i průzkumem organizace NaZemi.

Dotazník<sup>6</sup> pro tuto diplomovou práci je sestaven ze 44 otevřených, uzavřených a polootevřených otázek. Byl rozdělen do tří částí: Základní informace, Důstojná mzda v dodavatelském řetězci a Oděvní společnosti a jejich dodavatelé. Dotazníkové šetření proběhlo v první polovině března roku 2016. Dotazník byl rozeslán 21 českým společnostem.

Společnosti byly vybrány na základě průzkumů, které provedla mezi těmito firmami organizace NaZemi v letech 2011 a 2014, která se dlouhodobě zabývá podmínkami zaměstnanců v oděvním průmyslu a věnuje se kampani Ušili to na nás. V rámci průzkumu z roku 2011 se organizace NaZemi věnovala problematice společenské odpovědnosti firem a průzkum z roku 2014 se týkal podmínek, za kterých společnosti vyrábí své zboží a ve kterých zemích je výroba uskutečňována (NaZemi, 2014). V rámci průzkumu z roku 2014 bylo osloveno 47 firem, byly v něm ale zahrnuty i společnosti, které vyrábí pouze v ČR. Proto jsem pro svou diplomovou práci vybrala pouze 21 společností, které podle tohoto průzkumu vyrábí v rozvojových zemích, především tedy v Asii.

Dotazníkový průzkum tedy proběhl v první polovině března roku 2016. Každé společnosti zvlášť byl zaslán oslovovací email s příloženým dotazníkem. Emaily byly adresovány přímo majitelům či jednatelům společností, avšak ne vždy patřila emailová adresa přímo adresované osobě. Firmám byl stanoven přibližný časový horizont, do kterého měli vyplněný dotazník odeslat zpět. Po zaslání emailů byla každá společnost také telefonicky oslovena. Problém s telefonickým oslovováním spočíval především v tom, že jsem většinou mluvila s paní sekretářkou nebo asistentkou. Pouze ve třech případech jsem mluvila přímo s majitelem či jednatelem společnosti. V prvním případě jsem mluvila s jednatelem společnosti, se kterým jsem si domluvila schůzku

---

<sup>6</sup> Dotazník naleznete v Příloze č. 1.



v Praze. Během schůzky jsem za pomoci pana jednatele vyplnila dotazník. Ve druhém případě jsem mluvila přímo s majitelem společnosti, který mě informoval, že dotazník vyplní. I přes opakované kontaktování jsem žádný dotazník neobdržela. Ve třetím případě jsem byla rázně odmítnuta s vysvětlením, že společnost nevyrobí v rozvojových zemích.

Výsledek rozesílání dotazníků byl takový, že z 21 oslovených společností jsem získala 2 zcela vyplněné dotazníky a 1 napůl vyplněný dotazník. Dále jsem obdržela 5 negativních odpovědí, kdy společnosti z různých důvodů odmítly dotazník vyplnit. Ostatní společnosti na oslovovací emaily nereagovaly. Přesto, že jsem společnosti oslovovala také telefonicky, nepodařilo se mi je přesvědčit, aby dotazník vyplnily. Myslím si, že důvodem je také to, že jsem neměla možnost mluvit přímo s majiteli nebo jednatelem společností.

Vzhledem k tomu, že výsledný počet vyplněných dotazníků je velice nízký, rozhodla jsem se provést kvalitativní výzkum a více se zaměřit na společnosti, které dotazník vyplnily. Oslovila jsem společnosti znovu a položila jsem jim další otázky týkající se důstojné mzdy. Oslovení proběhlo telefonicky a spočívalo v pěti doplňujících otázkách<sup>7</sup>.

Diplomová práce je doplněna také o informace o ostatních společnostech, a to z internetových zdrojů, především z rozhovorů s majiteli společností v médiích o výrobě v zahraničí a z webových stránek společností.

Potom co byly vyplněné dotazníky shromážděny, byly výsledky vyhodnoceny a jsou popsány v praktické části diplomové práce spolu s informacemi z internetových zdrojů.

Limitem diplomové práce a především dotazníkového výzkumu je samotné téma, kterým se diplomová práce zabývá. Citlivost tématu způsobuje, že pouze velice malé procento společností dotazník vyplnilo. S tím souvisí i nemožnost vyvodit závěry pro všechny české oděvní společnosti, které vyrábí v rozvojových zemích, protože počet odpovědí je příliš malý na to, aby bylo možné závěry zobecnit. Dalším limitem práce je nedostatek informací o důstojné mzdě u českých oděvních společností. Limitem

---

<sup>7</sup> Doplňující otázky naleznete v Příloze č. 2.

práce je i neschopnost ověřit si pravdivost všech odpovědí, které jsou v dotazníku uvedeny.

#### **4. Oslovené oděvní společnosti**

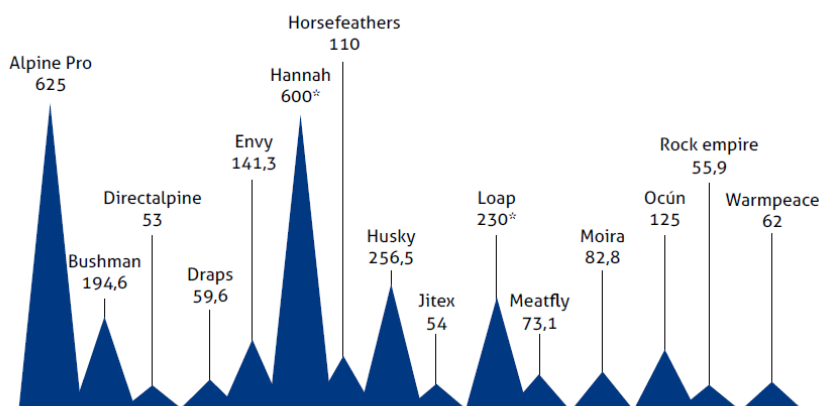
Následující kapitola představuje 21 oděvních společností, které byly osloveny v rámci dotazníkového šetření pro tuto diplomovou práci. Firmy jsou seřazeny podle abecedy, avšak podle značky, kterou prodávají a ne podle názvu společnosti, protože názvy společností nejsou tak známé jako jména značek.

Společnosti, které byly osloveny s prosbou o vyplnění dotazníku, byly vybrány na základě průzkumu, který provedla organizace NaZemi, která se dlouhodobě věnuje Fair trade, globálnímu rozvojevému vzdělávání, odpovědnosti veřejných institucí a především důstojným pracovním podmínkám (NaZemi, 2016). Společnosti byly tedy vybrány na základě průzkumu této organizace, který byl proveden v roce 2014. Podle průzkumu jsou všechny oslovené subjekty české oděvní společnosti, které se orientují na výrobu outdoorového oblečení. Zároveň všechny vyrábějí alespoň část svého zboží v rozvojových zemích, především v asijských státech (NaZemi, 2014).

Nejprve bych chtěla nastínit, jak si české outdoorové zboží stojí na evropském i na českém trhu. V roce 2014 tvořil český trh s outdoorovým zbožím 2 % evropského outdoorového trhu (European Outdoor Group, c2016). V roce 2013 dosáhly české oděvní společnosti s outdoorovým zbožím obratu 5,25 miliard korun, přičemž obrat v rámci evropského trhu s outdoorovým zbožím dosahoval 275,5 miliardy korun (NaZemi, 2014). Na Obrázku č. 3 můžeme vidět 15 českých outdoorových společností a jejich obraty. Mezi největší české společnosti podle obratu patří Alpine Pro, Hannah, Husky, Loap a Bushman.

Obrázek č. 3 Obraty českých oděvních společností (NaZemi, 2014)

### Obraty v ČR



15 českých outdoorových a sportovních firem podle obratu  
(podle posledních dostupných veřejných informací; u čísel s \* se jedná o kvalifikovaný odhad)

### Alpine PRO

Značku outdoorového oblečení Alpine PRO prodává společnost ALPINE PRO, a.s., která sídlí v Praze 10 (Alpine PRO, 2015a). Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1994. Jejím majitelem je pan Václav Hrbek (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015a). Společnost vyrábí sportovní a ski oblečení a zaměřuje se i na oděvy pro děti. Tato značka je známá tím, že od roku 2009 je oficiálním partnerem Českého olympijského týmu. Vytvořila kolekci pro sportovce na olympiády ve Vancouveru a v Londýně (Freeport, 2003 – 2016). V odvětví outdoorového oblečení a doplňků se za dobu své existence stala společností lídrem na českém trhu a podařilo se jí také prosadit na trzích v zahraničí. Firma má dceřinné společnosti v Polsku, na Slovensku a v Číně (Alpine PRO, 2015b).

### Bushman

Značka Bushman je prodávána společností LP Komfort s.r.o., která má sídlo v Praze 1. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1997. Společnost LP Komfort s.r.o. je vlastněna společností Bushman company a.s. se sídlem v Praze 4, která má ve společnosti většinový podíl (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015b). V dnešní době má společnost mnoho prodejen či obchodních zastoupení ve státech Asie, Afriky a Evropy (Bushman, 2015a). Od podzimu roku 2015 značka Bushman vstoupila na americký trh v rámci projektu MeoHub USA, jehož cílem je pomoc a podpora při prosazení se na americkém trhu (Bushman, 2015b).

## Crackonosh

Značku Crackonosh vyrábí a prodává společnost Dermatex, spol. s.r.o., která sídlí v Praze 4. Do obchodního rejstříku byla zapsána v roce 1991 a jejím jednatelem je pan Nikola Petrovič (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015c). Tuto značku můžeme na trhu nalézt od roku 2007. Snaží se prosadit v České republice ale také v Polsku (Outdooria.cz, 2001 - 2013).

## Directalpine

Značku Directalpine prodává společnost Direct Alpine s.r.o., která má sídlo v Liberci. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 2005 a jejím jednatelem je pan Radek Nováček (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015d). Společnost Direct Alpine dodává své zboží téměř do všech zemí Evropy, především do Německa, Rakouska či Švýcarska. Dále prorazila i na světové trhy a to především do Koreje a Japonska. Také se jim podařilo navázat spolupráci s Horskou službou ČR a dodává jejich členům oblečení (Direct Alpine, 2011 – 2016).

## Envy

Značku Envy prodává společnost ALTISPORT.CZ s.r.o., která sídlí ve městě Lom v severozápadních Čechách mezi Mostem a Teplicemi. Společnost ALTISPORT.CZ s.r.o. byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 2013 a jejím jednatelem je pan Aleš Titlbach (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015e). Značka Envy vyrábí oblečení jak pro muže a ženy, tak i pro děti. Při výrobě zboží značky Envy je největší důraz kladen především na technická řešení, kvalitu, design a také se uvádí, že je bezkonkurenční v poměru cena/výkon (Envy, 2009 – 2016).

## Hannah

Značka Hannah je nyní prodávána společností Hannah Czech a.s., která má sídlo v Plzni. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 2005 a předsedou jejího představenstva je pan Stanislav Krpejš (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015f). Značka Hannah však vznikla již na počátku 90. let, přesněji v roce 1991. V roce 1997 expandovala do zahraničí a to do Slovinska, dále potom do Dánska, Švédska, Chile, a dokonce i do Grónska. V současnosti vyvázejí do více než 20ti zemí světa (Hannah, 2016).

## Horsefeathers

Značku Horsefeathers nyní prodává a vyrábí společnost STIGMA DISTRIBUTION, s.r.o., která má, stejně jako společnost Hannah Czech a.s., sídlo v Plzni. Tato společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1997 a jejími jednatelem jsou pánové Pavel Kubíček a Hanuš Salz (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015g). Tato značka se zaměřuje především na outdoorové oblečení na snowboard a skateboard pro muže a ženy. V roce 1995 otevřela v Plzni první obchod se zaměřením na snowboarding a skateboarding. Další obchod byl otevřen v roce 2000 v Brně. V roce 2004 byla zahájena také distribuce do zahraničí (Horsefeathers, 1989 – 2016).

## HUMI OUTDOOR

Značka HUMI je prodávána společností HUMI OUTDOOR, s.r.o., která má sídlo ve Voznici u Dobříše v okrese Příbram. Firma byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1996 a jejími jednatelem jsou pan Petr Rychlý a paní Eva Děrdová (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015h). Mezi nejvýznamnějšími obchodními partnery, se kterými spolupracovala, můžeme uvést např. Armádu ČR, Policii ČR, Českou pojišťovnu, T-Mobile nebo Škodu Auto. První obchody otevřela v Dobříši v roce 1998 a v Praze v roce 2000. Podařilo se jí získat i certifikáty, které zaručují kvalitu výrobků a služeb (HUMI OUTDOOR, 2006 – 2015).

## Husky

Značku Husky prodává společnost HUSKY CZ s.r.o., která má sídlo v Praze 4. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1997. Majitelem společnosti je pan Petr Brůna (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015ch). Značka Husky prodává oblečení do přírody a outdoorové vybavení. V nabídce má také batohy, stany a spací pytle (Husky, 2014).

## Jurek

Značka Jurek je prodávána společností JUREK S+R s.r.o., která má sídlo v Kunčicích pod Ondřejníkem, které se nacházejí v Moravskoslezském kraji. Firma byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2000 a jejími jednatelem jsou pánové Stanislav Jurek a Radim Jurek (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015i). Jedná se o rodinnou značku, která byla založena již na počátku 90. let. Jejich hlavním

zaměřením jsou především stany (Jurek, 2011). V jejich nabídce však můžeme nalézt také spací pytle, karimatky, pláštěnky a obaly, outdoorové vybavení a také oblečení (Jurek, 2011).

#### LOAP

Značka LOAP je vyráběna a distribuována společností PICCOLLO spol. s.r.o., která má sídlo v Praze 4. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1992 a její jednatele jsou pan Miroslav Sláma a paní Katharine Sophia Butler. Největšími podílčníky jsou paní Petrana Slámová a pan Pavel Sláma (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015j). Zboží značky LOAP se prodává v Německu, Polsku, Maďarsku, Velké Británii, Švýcarsku, Litvě, Lotyšsku, Srbsku, Bulharsku, Rumunsku, Řecku, ale také v Turecku, Venezuele či na Ukrajině. Společnost nejvíce vyrábí v Číně, avšak má i zkušenosti s výrobou v Indii, Pákistánu a Bangladéši (LOAP, 2016).

#### Meatfly

Značka Meatfly je prodávána společností HANZA SPORT plus, s.r.o., která má sídlo v Brně. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 2007 a jejím jednatelem je pan Petr Šmíd (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015). Samotná značka Meatfly však byla založena již v roce 1995. Původně bylo jejím sortimentem oblečení a potřeby na skateboarding a snowboarding, v dnešní době se ale nabídka rozšířila a společnost nabízí i další produkty např. potřeby a oblečení na kolo a mnoho dalších. Zaměřuje se především na výrobu oblečení a potřeb na zimu (Meatfly, 2016).

#### Nordblanc

Značku Nordblanc prodává společnost NB Distribuce s.r.o., která má sídlo v Praze 1. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2014 a jejím jednatelem je pan Richard Čížek (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015). Značku však na českém trhu můžeme najít již od roku 2003. V roce 2007 vznikají první prodejny, které se zaměřují pouze na prodej této značky. Je to součást marketingové strategie a zároveň příprava pro velkoobchodní prodej a pro vstup na zahraniční trhy. Značka klade důraz především na kvalitu materiálů, současné technologie, praktičnost a funkčnost výrobků, na moderní design a vyváženou cenu (Nordblanc, 2015).

## Nugget

Značka Nugget je prodávána společností DOS production, spol. s.r.o., která má, stejně jako Meatfly, sídlo v Brně. Společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1998 a jejími jednatelem jsou pánové Petr Odehnal a Martin Koch (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015m). Značka Nugget vznikla v roce 2000. Věnuje se na jedné straně výrobě zboží pro street style a skateboarding a na druhé straně se věnuje výrobě oblečení na snowboard a doplňků na zimu. Své produkty šijí na Dálném Východě. Značka Nugget má v Brně dva své obchody. V těchto prodejnách lze zakoupit i zboží jiných značek, nejde tedy o prodejny čistě značky Nugget. Výrobky značky Nugget je ale možné zakoupit dalších asi 170 obchodech po celé České republice (Nugget, 2015).

## Pinguin

Značka Pinguin je prodávána společností Activent 365 s.r.o., která má také sídlo v Brně. Tato společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 2014 a jejím jednatelem je pan Zdeněk Král (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015n). Tato značka patří k nejstarším outdoorovým značkám na českém trhu. Poprvé se její zboží objevilo již v roce 1989. Původně se jednalo především o výrobky jako spací pytle a péřové bundy avšak během její existence se sortiment rozrostl a dnes nabízí široký výběr outdoorového oblečení i vybavení. Dnes se zboží značky Pinguin distribuuje do několika zemí Evropy ale také mimo ni (Pinguin, 2012).

## Prima

Značka Prima je prodávána společností PRIMA OUTDOOR, s.r.o., která má sídlo v Brně. Tato společnost byla do obchodního rejstříku zapsána v roce 1999 a jejím jednatelem je pan Josef Pokorný (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015). Tato značka existuje na českém trhu již od roku 1989. Zabývá se především výrobou spacích pytlů, dále však nabízí také batohy, pláštěnky či ponča. Než na trh prorazily asijské firmy, patřila PRIMA k předním výrobcům spacáků na trhu (PRIMA, 2011 - 2012). Společnost byla do dotazníkového šetření zahrnuta, protože na základě průzkumu organizace NaZemi společnost vyrábí také funkční prádlo (NaZemi, 2014).



## RVC Sportswear

Značka RVC Sportswear je prodávána společností RVC sportswear s.r.o., která má sídlo ve Zlíně. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2004 a jejím jednatelem je pan Robert Vrba (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015p). Značka RVC sportswear se v České republice vyskytuje již od roku 1990, kdy vznikla firma ROVECO, která zboží značky RVC sportswear vyráběla a prodávala. Od roku 2004 přešla na jinou právní formu a změnila název. Společnost se orientuje především na český a slovenský trh a vyrábí oblečení pro volný čas, turistiku, aerobik, fitness či lyžování. Mezi její sortiment patří také batohy, tašky a nejrůznější doplňky (RVC sportswear, 2016).

## Sensor

Značka Sensor je prodávána společností ZOOKEE s.r.o., která má sídlo v Praze 1. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2003, avšak v té době pod jménem ULTRASPORT s.r.o., a jejím jednatelem je pan Miloslav Jurka. Na ZOOKEE s.r.o. se firma přejmenovala teprve v roce 2015 (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015q). Na webových stránkách značky Sensor je výroba sortimentu charakterizována jako čistě domácí, tedy že probíhá pouze v ČR. Organizace NaZemi však uvádí, že společnost vyrábí i v asijských zemích (NaZemi, 2014).

## Silvini

Značka Silvini je prodávána společností SILVINI s.r.o., která má sídlo v obci Zdiby ve Středočeském kraji. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2009 a jejím jednatelem je pan Dušan Neuwirth (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015r). Společnost Silvini je další firmou, která se orientuje na výrobu funkčního sportovního oblečení se zaměřením na běžky, běh a cyklo. Sortiment je určen jak ženám, tak mužům a dětem (Silvini, 2015).

## Warmpeace

Značka Warmpeace je prodávána společností Pavel Habětín s.r.o., která má sídlo v Praze 2. Společnost byla zapsaná do obchodního rejstříku v roce 2001 a jejími jednatelem jsou paní Alice Habětínová a pan Pavel Habětín (Veřejný rejstřík a Sbírka listin, 2012 – 2015s). Značka Warmpeace však existuje již od roku 1986 a patří

tak k nejstarším outdoorovým značkám České republiky. Své výrobky vyrábějí jak v Evropě, tak v asijských zemích (Warmpeace, 2015a). Svou výrobu orientují především na spací pytle a péřové oblečení (Warmpeace, 2015b).

#### Woox

Značka Woox je prodávána společností SUN SKI SPORT s.r.o., která sídlí v Ostružné – Ramzové. Společnost byla zapsána do obchodního rejstříku v roce 2005 a jejím jednatelem je pan Daniel Artz (Veřejný rejstřík a Sběrka listin, 2012 – 2015t). Majitelem společnosti je pan Richard Woox. Sortiment je zaměřený na ženy, muže i děti. Společnost nevyrábí pouze oblečení, ale také další sportovní potřeby, např. helmy, chrániče, prkna atd. (Woox, 2011).

## **5. Výsledky výzkumu**

V této kapitole jsou popsány výsledky dotazníkového šetření, které proběhlo mezi českými outdoorovými společnostmi, které vyrábějí v rozvojových zemích. Z 21 českých oděvních společností, které byly v rámci výzkumu osloveny, vyplnily dotazník pouhé 2 společnosti. Proto bylo dotazníkové šetření doplněno telefonickými rozhovory s těmito dvěma společnostmi. Zároveň je kapitola doplněna informacemi získanými z webových stránek firem, rozhovory s majiteli společností pro online media, relevantními online články a průzkumem společnosti NaZemi.

Kapitola je strukturována na základě témat, kterými jsou výroba v zahraničí, etické kodexy, odbory a iniciativy, důstojná mzda a motivace k jejímu zavedení, spolupráce s dodavateli a společnosti a dobročinné projekty. Výsledky dotazníku budou analyzovány anonymně, protože společností, které dotazník vyplnily, byla zaručena anonymita. U ostatních informací, ať už z webových stránek, z rozhovorů nebo článků, již budou konkrétní společnosti uvedeny.

Společnosti, které byly osloveny v rámci dotazníkového šetření pro tuto diplomovou práci, byly vybrány na základě průzkumu organizace NaZemi. Průzkum byl proveden mezi českými oděvními společnostmi v roce 2014. Jeho cílem bylo zjistit, kde společnosti vyrábějí a jaké standardy se zavázali dodržovat v rámci pracovních podmínek zaměstnanců (NaZemi, 2014).

Organizace oslovila 47 společností. Z toho na dotazník odpovědělo pouze 13 firem. Bylo zjištěno, že pouze dvě společnosti mají etický kodex, že 37 společností vyrábí v České republice a 22 jich vyrábí v Asii (NaZemi, 2014).

V následující části práce budou popsány výsledky výzkumu.

### **5.1 Výroba v zahraničí**

Hlavním záměrem této části kapitoly je popsat, jaký druh zboží společnosti vyrábí, v jakých zemích výroba probíhá, kolik zaměstnanců se podílí na jeho výrobě, s kolika dodavateli společnosti spolupracují, a na závěr podkapitoly je uveden popis výroby v Číně od jednotlivých majitelů společností, kteří se o ní vyjádřili v rozhovorech v online médiích.

Výzkum se nejprve zaměřuje na druh zboží, které společnosti vyrábí. Z dotazníkového šetření této diplomové práce bylo zjištěno, že Společnost č. 1 se orientuje na prodej oblečení, stanů a spacáků. Rozdělení komodit z hlediska tržeb této firmy je následující: oblečení dosahuje 50 % a stejně je to také u stanů a spacáků. Společnost č. 2 uvedla, že se zaměřuje na prodej oblečení, bot a dalšího zboží jako jsou punčocháče, kabelky a jiné drobné zboží. Co se týče rozdělení zboží na základě tržeb, největší podíl mají boty, které se na tržbách podílejí 85 %, oblečení se podílí 10 % a punčocháče, kabelky a drobné zboží se na tržbách podílí 5 %.

Dále se výzkum zaměřil na země, ve kterých výroba probíhá. Podle výsledků průzkumu organizace NaZemi společnosti nejčastěji vyrábějí v Číně. Pro výrobu v Číně se rozhodlo 17 společností, za ní následují Indie a Bangladéš (NaZemi, 2014).

Z dotazníkového šetření pro tuto diplomovou práci bylo zjištěno, že Společnost č. 1 vyrábí své oděvní zboží v České republice, v Polsku, v Německu a v Číně. Největší podíl z hlediska tržeb firma vyrábí v Německu a v Číně, v každém státě jde o přibližně 40 %, dále pak následuje Česká republika a Polsko, kde se v každém státě vyrobí přibližně 10 % zboží. Společnost č. 2 uvedla, že její oděvní zboží se vyrábí pouze v Číně. Výroba oděvního zboží v Číně se podílí 10 % na výši tržeb společnosti, protože oděvní zboží tvoří 10 % tržeb, jak jsme zjistili v předchozím odstavci.

Ráda bych zde uvedla komentáře Společnosti č. 2 o výrobě v Číně, které uvedl jednatel firmy. Podle něj je nyní Čína drahá a postupně se stává pro firmy nezajímavou právě z důvodu zvyšující se ceny. Ze zkušeností ví, že pracovní podmínky v Číně se zlepšují. Podle něj jsou pro výrobce lepší podmínky k výrobě např. v Laosu nebo Vietnamu. Uvedl však, že zde vyrábějí pouze veliké světové společnosti, a proto pro dodavatele z těchto zemí nejsou zakázky malých společností zajímavé.

Na základě rozhovoru s Jindřichem Melicharem, majitelem značky Bushman, můžeme říci, že společnost vyrábí nejen v Číně, ale také v Indii, Bangladéši, Pákistánu či Turecku. Každá země je samozřejmě jiná. Slovy pana Melichara:

*„Čína je schopná dělat větší a náročnější věci, jsou schopni udržet vysokou kvalitu. Ale v Číně je dnes obrovský tlak na cenu práce. Poptávka převyšuje nabídku, rostou mzdy, ceny surovin a náklady prudce vstoupají.“* (E15.cz, 2011).

Z těchto důvodů nevyrábějí pouze v Číně, ale i v Indii či Bangladéši (E15.cz, 2011). Pan Melichar dále srovnává Čínu a ostatní asijské země. Na otázku, zda dokážou jiné asijské země zastoupit Čínu, odpověděl:

*„Ne tak úplně. Nejvíce ji nahrazuje Indie, ale kvalita výroby je zde nižší, takže pokud chcete dělat složitější konfekci, v Indii jen velmi těžce udržíte kvalitu. Jednodušší výrobky zvládají dobře, ale složitější už nezvládnou. Naopak v Indii mají velmi kvalitní bavlnu a některé materiály jsou tam hodně zajímavé. Takže se snažíme výrobu rozdělit, méně složité výrobky děláme v Indii a Bangladéši, složitější věci vyrábíme v Číně, i když je to rok od roku dražší.“* (E15.cz, 2011).

Společnost Alpine PRO svou výrobu také přesunula do zahraničí. Původně se jednalo o Thajsko a Koreu. Nakonec byla navázána spolupráce s Čínou. Společnost však nevyrábí pouze v Číně. Její výroba je rozdělena mezi Čínu (70 %), Bangladéš (15 %) a Českou republiku (15 %). V Bangladéši se jedná spíše o velkoobjemovou výrobu (Tůma, 2013a). V České republice jde spíše o malosériovou výrobu hi-tech věcí (Filipová, 2016). Alpine PRO se však snaží mapovat situaci i v jiných zemích, kde by potencionálně mohla své zboží prodávat. Několikrát navštívili Vietnam i Thajsko. Podle majitele Václava Hrbka však Vietnam nepřipadá v úvahu kvůli špatnému vyjednávání na dálku a nejspíš malému objemu výroby společnosti. Možností je také působení Indonésie (Tůma, 2013b). Firma se zajímala také o podmínky výroby v Kambodži nebo Barmě. Můžeme tedy říct, že společnost usiluje o přesunutí výroby z Číny do jiné země (Šenk, 2015). Částečně se také výroba stahuje zpět do České republiky. (Tůma, 2013b) a pan Hrbek předpokládá, že se zpět do ČR bude přesouvat čím dál větší část výroby. (Tůma, 2013a).

Z rozhovoru s panem Kubíčkem, spolumajitelem značky Horsefeathers, vyplývá, že společnost vyrábí celou kolekci snowboardového oblečení, dále snowboardové rukavice, některé čepice, batohy a doplňky např. peněženky nebo pásky, v Číně ve spolupráci s taiwanskými společnostmi. Zbytek jejich výroby pochází z Evropské unie (Večerka, 2015).

Z internetových zdrojů byly u některých společností navíc zjištěny i důvody přesunu výroby do zahraničí. Důvodem pro přesun výroby do Číny u značky Horsefeathers nebyl pouze vyšší zisk, ale především nedostatek technologií a kvalitních výroben v ČR, které podle společnosti neměly v 90. letech zájem o inovace. První

kontakt na dodavatele v Číně získali na evropské výstavě, na které se prezentovali asijský dodavatelé. Jejich prvním kontaktem byla společnost z Taiwanu, navzdory poměrně vysoké ceně, se rozhodli kontaktu využít, protože nabízel technologii, kterou společnost potřebovala (Večerka, 2015). Podobné důvody pro přesun výroby měla i značka DirectAlpine. Na počátku 21. století přesunula společnost výrobu do Koreje a Vietnamu, kde existovaly potřebné technologie pro výrobu, které v České republice v té době chyběly. V rozhovoru majitel společnosti uvádí, že v současnosti je jejich výroba přesunuta z asijských zemí zpět do Evropy v lepším případě přímo do České republiky (Hudy blog, 2015) avšak podle organizace NaZemi měli v roce 2014 stále výrobní v Indii (NaZemi, 2014).

Dotazníkové otázky cílily i na počet zaměstnanců, kteří pro danou firmu pracují. Společnost č. 1 uvedla, že v České republice na pozicích managementu a dalších podobných pozicích pracuje 6 zaměstnanců, zatímco v zahraničí na takovýchto pozicích nepracuje žádný zaměstnanec. Dále také uvedla, že v České republice nikdo nevyrábí zboží, které společnost prodává navzdory tomu, že v předchozí otázce uvedla, že 10 % zboží se vyrábí v ČR. Pro počet zaměstnanců v zahraničí uvedla 0, tedy že v zahraničí nemají zaměstnance, kteří vyrábí zboží, které prodávají. Společnost č. 2 uvedla, že v České republice na pozicích managementu a dalších podobných pozicích pracuje 40 zaměstnanců, zároveň v zahraničí na těchto pozicích pracuje 15 zaměstnanců. Dále společnost uvedla, že v České republice nikdo nevyrábí oděvní zboží, které společnost prodává, protože firma v České republice nemá žádnou výrobu. Jednatel také uvedl, že v zahraničí pracuje 100–200 zaměstnanců, kteří vyrábí oděvní zboží, které společnost prodává. Firma zároveň připojila informaci, že má v České republice 10 prodejen a velkoobchod, a že další velkoobchody má i v Polsku, na Slovensku, Rumunsku, v Chorvatsku, Litvě, Estonsku, Bosně a částečně v Německu. Po celé Evropě má kolem 500 odběratelů.

Z internetových zdrojů bylo zjištěno, že značka Hannah má v Číně kancelář, kde pracuje 16 zaměstnanců. Tito zaměstnanci se starají především o kontakt s továrnami. V České republice pak pro firmu pracuje 100 zaměstnanců (Pražák, MF DNES, 2003).

Dotazník se také zaměřil na dodavatelský řetězec. V této části bylo předmětem zájmu zjistit, jak mají společnosti nastaveny vlastnické vztahy se svými dodavateli.

Společnost č. 1 uvedla, že nevlastní žádnou výrobu v rozvojových zemích, ve kterých vyrábí své zboží a zároveň nemá vlastnický podíl ani v jedné z výroben. Také nespolupracuje ani s jedním zprostředkovatelem<sup>8</sup>. Firma však uvedla, že aktuálně spolupracuje se 2 výrobnami, které nevlastní a ani v nich nemá vlastnický podíl. Společnost č. 2 taktéž uvedla, že nevlastní žádnou z výroben, kde se vyrábí zboží, které prodává a zároveň ani v jedné z výroben nemá vlastnický podíl. Stejně jako Společnost č. 1 nespolupracuje s žádnými zprostředkovateli. Spolupracuje však s výrobnami, které nevlastní a ani v nich nemá vlastnický podíl. Bohužel však společnost neuvedla, s kolika takovými výrobnami spolupracuje.

Z rozhovoru pro online media bylo zjištěno, že značka Horsefeathers spolupracuje s přibližně 13 dodavateli, přičemž za posledních deset let vyměnili tři dodavatele. Jeden ze spolumajitelů společnosti uvedl, že hlavní důvody k rozvázání spolupráce jsou většinou kvalitativní problémy (Večerka, 2015).

Z online článku bylo zjištěno, že značka Hannah v roce 1996 začala své zboží vyrábět v Číně. Pan Krpejš, předseda představenstva společnosti Hannah Czech a.s., uvedl, že firma spolupracuje s 10 výrobnami (Pražák, MF DNES, 2003).

Jelikož se majitelé firem v rozhovorech pro média často zmiňovali o podmínkách výroby v Číně a o tom, jaká je v Číně v tomto odvětví situace, diplomová práce toto téma rovněž reflektuje.

Spolumajitel značky Horsefeathers, Pavel Kubíček, řekl, že firma spolupracuje s několika dodavateli v Číně. Podle něj jsou ale výroby umístěny v jedné z nejbohatších lokalit Číny a ve výrobě se nesečkali s porušováním lidských práv. Pan Kubíček uvedl: *„V podstatě je momentálně situace taková, že si ten, kdo to myslí s výrobou vážně, nedovolí nevyházet zaměstnancům vstříc. Dnes se továrny v kvalitě pracovního prostředí a nabídce platů doslova předhánějí“* (Večerka, 2015). *„...Čína a její životní úroveň rychle roste a s ní i nároky na mzdu, která odpovídá životním potřebám v dané provincii. Továrny jsou nuceny akceptovat rychlý růst mezd zaměstnanců a dříve či později růst nákladů přenést do nabízených cen. V některých případech se při propočtu ceny dopravy a cla dostanete na obdobné ceny, které je dneska Evropa schopna nabídnout. Když k tomu přihlédnete k nákladům zrovna třeba*

---

<sup>8</sup> Zprostředkovatelem se myslí dodavatel, který je pouze zprostředkovatelem, tedy nevlastní žádnou výrobu, je pouze prostředníkem mezi výrobnou a společností.

*na kontrolu výroby a celkově složitější komunikaci, tak je dnes opravdu dost značek, které se vrací zpět.“ (Večerka, 2015).*

Zároveň i druhý spolumajitel značky Horsefeathers, Hanuš Salz, říká: *„Je třeba vědět, že v Číně šije 99 % značek a že jako všude na světě i tam je možnost výběru – od nejlevnějšího, kde se vyrábí v dost punkových podmínkách až po nejlepší, kde výroba probíhá v nových čistých, klimatizovaných továrnách a její zaměstnanci mají veškerý sociální servis, o kterém si leckde i u nás můžou zaměstnanci nechat jen zdát.“ (Šmída, 2012).* Tvrdí také, že jsou informováni o tom, jaké pracovní podmínky panují ve výrobnách jejich dodavatelů. Dodává, že za lepší kvalitu je nutné si připlatit a rozdíly v cenách mohou být i dvojnásobné oproti nejlevnějším čínským dodavatelům (Šmída, 2012).

Podobný názor na pracovní podmínky v Číně má i majitel společnosti Alpine PRO, který tvrdí, že Čína dnes disponuje vyspělým trhem a v oblasti výroby jsou čínští dodavatelé často lepší než dodavatelé z některých evropských zemí. Zároveň dodává, že pracovní podmínky zaměstnanců se velmi zlepšily. Tuto situaci v Číně porovnává se situací v Bangladéši. Tvrdí, že v Bangladéši společnost spolupracuje pouze s těmi nejkvalitnějšími továrnami. A přesto, že tyto továrny mají mezinárodně uznávané certifikáty, říká, že je mezi zeměmi velký rozdíl (Tůma, 2013b). Pan Hrbek také informoval o situaci v Číně a pracovních podmínkách zaměstnanců, kteří vyrábí jejich zboží. Na toto téma v rozhovoru řekl:

*„V naší čínské továrně, která leží nedaleko Šanghaje, pracuje zhruba čtyřicet dělníků. Z poslední studie, která se v tomto regionu zabývala problematikou Fair Trade, jsme vyšli jako jedna z mála firem velmi dobře. Kontrolu pracovních podmínek má na starosti naše největší čínská kancelář. Tohle téma je na západě samozřejmě hodně citlivé, v Číně se na to ale pohlíží trochu jinak. Navíc nejsme v takové pozici, abychom si tam mohli něco diktovat a zasahovat do jejich poměrů. Nicméně naši dělníci tam mají trojnásobek minimální čínské mzdy a o polovinu víc, než je průměrný plat v celé provincii.“ (Tůma, 2013a).*

S lepší situací v Číně souhlasí i majitel značky Bushman, Jindřich Melichar: *„Změny v Číně jsou opravdu velké a cena práce i surovin neustále roste. Každou sezonu válčíme doslova o každý dolar a mohu říct, že každý půlrok, kdy domlouváme další zakázky, se jejich cena zvedá zhruba o deset procent.“ (E15.cz, 2011).*



V neposlední řadě i značka DirectAlpine pocíťuje zvyšující se náklady na výrobu v Číně. Tvrdí, že náklady každým rokem stoupají asi o pětinu. Pro české společnosti je to už poměrně velký nárůst, a proto z Číny odcházejí. Poměrně často dochází k návratu výroby zpět do východní části Evropy. Podle majitele DirectAlpine nejsou v České republice potřebné technologie ani pracovní síla, především švadleny, aby se mohl oděvní průmysl vrátit zpět do země. Podle majitele, Radka Nováčka, bude značka DirectAlpine stahovat stále větší objem výroby zpět do Evropy (Francová, 2012).

Co se týče pracovních podmínek zaměstnanců v dodavatelských řetězcích, značka Horsefeathers tvrdí: „*Obecně platí, že je hlavně na zadavatelích (značkách), zda budou principiálně odmítat spolupráce s takovým dodavatelem, který nerespektuje lidská práva, ať už působí v Bangladéši, Číně nebo třeba kdekoli v Evropě.*“ (Večerka, 2015).

Je potřeba zmínit, že není úplně jisté, že vše, co společnosti uvádí na webových stránkách či v rozhovorech pro online média, jsou zcela pravdivé informace, protože není možné všechny tyto informace ověřit:

„*Kaňkou na profilu úspěšných Čechů je, že vyrábějí své zboží v Asii – především v Číně, Indii a Bangladéši. Všechny firmy však v médiích svorně tvrdí, že pravidelně kontrolují, aby v jejich továrnách dělníci netrpěli a měli vyšší mzdy než v jiných výrobnách v regionu. Přesto jsou kvůli tomu pod palbou kritiky občanských sdružení, jejich působení v Asii se stalo předmětem kampaně Ušili to na nás! Organizace NaZemi.*“ (Prokop, 2013).

V následujícím odstavci jsou shrnuty poznatky této podkapitoly. Bylo zjištěno, že většina společností vyrábí své oděvní zboží v Číně. Na základě dotazníku můžeme říci, že ani pro jednu společnost však není výroba oděvů v Číně většinovým podnikatelským záměrem. Tyto dvě společnosti nevlastní a nemají vlastnické podíly ani v jedné z výroben, kde se jejich zboží vyrábí. Zároveň nespolupracují se zprostředkovateli. Obě společnosti přímo spolupracují s výrobnami, kde se vyrábí oděvní zboží, které prodávají. Dále české oděvní společnosti vyrábí i v Indii a v Bangladéši. Společnosti uvádějí, že důvodem k přesunutí výroby byly nedostatečné technologie v 90. letech. Zároveň se firmy shodují na tom, že podmínky výroby v Číně se zlepšují ve prospěch zaměstnanců. Výroba je dražší a společnosti se ohlížejí po nových zemích, kde by bylo možné zboží vyrábět. Zároveň však společnosti uvádějí,

že kvalitou se Číně žádná země s levnější výrobou nevyrovná. Některé společnosti jako Alpine PRO nebo Horsefeathers tvrdí, že ví, v jakých podmínkách pracují jejich zaměstnanci a popisují je jako nadstandardní.

## **5.2 Etické kodexy, odbory a iniciativy**

Tato část kapitoly je věnována etickým kodexům, odborům a iniciativám. Cílem bylo zjistit, zda společnosti disponují etickým kodexem, který upravuje práva a povinnosti zaměstnanců a zaměstnavatelů, jestli mají zaměstnanci právo organizovat se v odborových svazech a jestli je společnost nebo jejich dodavatel členem některé z iniciativ, které se věnují prosazování důstojných pracovních podmínek pro zaměstnance.

Na základě dotazníku této diplomové práce bylo zjištěno, že Společnost č. 1 nemá etický kodex a ani se ho nechystá v blízké době zavést. Dále společnost uvedla, že v žádném jejím dokumentu není žádným způsobem upraveno zajišťování důstojné mzdy. Zároveň se firma nezajímá o to, zda výrobny v rozvojových zemích etický kodex mají. Společnost by ani nedala, za jinak stejných podmínek, přednost dodavateli, který má etický kodex, před dodavatelem, který ho nemá. Společnost č. 2 v dotazníku uvedla, že má etický kodex, avšak připojila informaci, že se jedná o smlouvu se zaměstnancem, kde jsou popsána práva a povinnosti zaměstnanců a zaměstnavatelů. Společnost zároveň tvrdí, že tento dokument upravuje důstojnou mzdu, a že se jedná o základ + procento z prodeje. Soudě však na základě dalších otázek v dotazníku nejedná se o důstojnou mzdu pro zaměstnance v rozvojových zemích, ale pro zaměstnance prodejen v zemích, kde se zboží prodává. Společnost argumentuje, že je tento dokument závazný a že v jiném dokumentu se žádným způsobem nspecifikuje zajišťování důstojné mzdy. Společnost však uvedla, že se zajímá o to, zda výrobny v rozvojových zemích mají etický kodex a zároveň by dala přednost, za jinak stejných podmínek, dodavateli, který etický kodex má než tomu, který ho nemá.

Na základě prostudování webových stránek jednotlivých společností bylo zjištěno, že pouze dvě společnosti mají veřejný etický kodex. Jedná se o značky Alpine PRO a DirectAlpine. Etické kodexy jsou volně přístupné na jejich webových stránkách.

Etický kodex společnosti Alpine PRO má osm bodů, ve který se společnost zavazuje k fair trade<sup>9</sup>. Hlavními body kodexu jsou: zákaz dětské práce, důstojné pracovní podmínky, nediskriminace a environmentální udržitelnost. Pro tuto diplomovou práci je podstatný především bod důstojné pracovní podmínky, kde společnost Alpine PRO přesně uvádí: „*Společnost ALPINE PRO, a.s. dbá na to, aby pracovníci ve výrobních závodech pracovali v důstojném, bezpečném a zdravotně nezávadném pracovním prostředí a aby **dostávali mzdu, která pokryje náklady na jejich živobytí***“ (Alpine PRO, 2014). Firma se tedy snaží, alespoň touto cestou podporovat zavedení důstojné mzdy pro zaměstnance, kteří vyrábí oděvní zboží, které společnost prodává. Pokusila jsem se společnost kontaktovat, abych ověřila, jakým způsobem dbá na důstojné pracovní podmínky, bohužel jsem ale neobdržela žádnou odpověď. V kodexu se dále uvádí, že je závazný pro všechny partnery společnosti a jeho dodržování je kontrolováno. V případě, že partneři nedodržují body, které jsou v kodexu obsaženy, může podle kodexu dojít i k ukončení spolupráce. Společnost se také zajímá o environmentální aspekty své výroby. Snaží se minimalizovat odpad a pro výrobu používá ekologicky vyrobené materiály. Jejich záměrem je zachování funkčních ekosystémů pro příští generace (Alpine PRO, 2014). Organizace NaZemi uvádí, že etický kodex značky Alpine PRO se svými body odkazuje na některé zásady Mezinárodní organizace práce. Avšak nepřesné definování principů znemožňuje jejich efektivní kontrolu (NaZemi, 2014).

Etický kodex značky DirectAlpine se žádným způsobem nezmiňuje o mzdě pro zaměstnance, kteří vyrábí zboží, které společnost prodává. Avšak v etickém kodexu se uvádí, že společnost „*respektuje kulturní a právní prostředí v zemích, v nich Společnost působí, a to formou: ... **dodržování zásad Všeobecné deklarace lidských práv***“ (Etický kodex, 2006). Ve Všeobecné deklaraci lidských práv však můžeme najít i pasáž, která se věnuje mzdě, která vystačí zaměstnanci na pokrytí nákladů na důstojný život (UN, 2015). Telefonicky jsem kontaktovala společnost a ptala jsem se, jakým způsobem ověřuje dodržování tohoto konkrétního bodu v zahraničí. Odpověď odkazovala na fakt, že v současné době toto není aktuální téma. Dnes společnost vyrábí pouze jeden model v zahraničí, jinak celá výroba probíhá v ČR. Tento bod byl aktuální,

---

<sup>9</sup> Fair trade je zde definován jako „způsob obchodování, jehož cílem je prvotně podpořit menší výrobce a zemědělce z rozvojových zemí Asie, Afriky a Latinské Ameriky tak, aby se dokázali uživit vlastní prací, která je v souladu s ekologicky šetrným a sociálně ohleduplným přístupem.“ (Alpine PRO, 2014)

když museli zadávat výrobu do zahraničí z důvodu jejich nedostatečných kapacit a v té době kontrola probíhala tak, že situaci jezdili ověřovat výrobní manažeři. Dále byly tyto podmínky součástí smluv s dodavateli. Společnost stejně jako Alpine PRO uvádí, že zakazuje dětskou práci. V kodexu je také část, která se týká zdraví zaměstnanců, jejich bezpečnosti a životního prostředí. K ochraně zdraví, bezpečnosti a životního prostředí se podle kodexu musí zavázat všichni manažeři a pracovníci. Společnost dále deklaruje, že přístup k životnímu prostředí patří mezi kritéria, podle kterých se společnost rozhoduje při výběru dodavatelů. „*DirectAlpine s.r.o. se u všech svých průmyslových aktivit snaží šetřit přírodní zdroje a snižovat vliv emisí, odpadních vod a odpadu s cílem zachovat přírodní prostředí*“ (Etický kodex, 2006). Ekologie je pro značku DirectAlpine důležitá a své výrobky označuje dvěma známkami: „*NATURE TOP FRIENDLY*“ pro ekologicky velice šetrné výrobky a „*NATURE FRIENDLY*“ pro ekologicky šetrné výrobky (Direct Alpine, 2011 - 2016). Co se týče etického kodexu značky DirectAlpine, organizace NaZemi pozitivně zhodnotila jeho detailní rozpracování pracovních podmínek zaměstnanců. Kromě těchto dvou společností nemá žádná jiná firma veřejný etický kodex (NaZemi, 2014).

Podle organizace NaZemi společnost Bushman uvedla, že součástí jejich smlouvy s dodavateli jsou i části věnující se dodržování některých standardů Mezinárodní organizace práce. Dále společnost Horsefeathers uvedla, že „*etické a morální principy společnosti jsou ústně sděleny novým zaměstnancům. Firma se svými dodavateli spolupracuje dlouhodobě a její zástupce je osobně navštěvuje. Sama společnost si je výhod dlouhodobé a transparentní spolupráce vědoma, což také považujeme (organizace NaZemi) za vhodný předpoklad k dalšímu kroku v přijetí společenské odpovědnosti firmy.*“ (NaZemi, 2014). Také značka Woon se k etickému kodexu vyjádřila. Tvrdí, že jej má, ale není zveřejněn. Proto není možné zjistit, jestli upravuje pracovní podmínky zaměstnanců a jakým způsobem. Ostatních 16 společností tedy nedisponuje etickým kodexem. Například značka Envy prohlásila, že by odpovědnost za pracovní podmínky měla nést dodavatelská společnost (NaZemi, 2014).

Můžeme tedy říci, že většina českých outdoorových společností, které vyrábí v rozvojových zemích, etický kodex nemá nebo ho minimálně nezveřejňuje. Etický kodex zveřejňují pouze dvě české outdoorové společnosti a pouze jedna z nich v něm mluví přímo o mzdě, která by zaměstnancům měla stačit na „*pokrytí nákladů na jejich živobytí*“ (Alpine PRO, 2014).

V rámci dotazníku bylo dále zjišťováno, zda zaměstnanci mají právo organizovat se v odborových svazech. Společnost č. 1 v dotazníku uvedla, že neví, zda ve výrobnách, se kterými spolupracuje, mají zaměstnanci právo se zakládat odbory. Společnost se ani nezajímá o to, zda zaměstnanci právo na odbory mají. Zároveň také uvedla, že by za jinak stejných podmínek, nedala přednost dodavateli, kde mají zaměstnanci právo se sdružovat v odborech, před dodavatelem, kde zaměstnanci toto právo nemají. Společnost č. 2 v dotazníku uvedla, že zaměstnanci ve výrobnách, se kterými spolupracují, mají právo na organizování se v odborech. Firma však nemá informace o tom, jak často se odbory scházejí s vedením výroby. Společnost také uvádí, že se zajímá o to, zda mají zaměstnanci právo odbory zakládat. Dodává však, že úroveň odborů v rozvojových zemích je úplně jiná než v Evropě. Na otázku, zda by při výběru dodavatele za jinak stejných podmínek dala přednost dodavateli, kde lidé mají právo na odbory, odpověděla, že ne.

Další část dotazníku se zaměřila na fakt, zda se společnosti nebo jejich dodavatelé sdružují v iniciativách, které bojují za práva zaměstnanců. Společnost č. 1 v dotazníkovém šetření uvedla, že není členem žádné z uvedených ani jiných iniciativ a že ani nemá zájem se do takové iniciativy zapojit. Zároveň firma uvedla, že ani výroby, se kterými spolupracuje, nejsou členy takovýchto iniciativ. Při výběru dodavatele by za jinak stejných podmínek firma nedala přednost dodavateli, který je členem takové iniciativy, oproti tomu, který členem iniciativy není. Společnost č. 2 má téměř stejné výsledky jako společnost č. 1. V dotazníku totiž uvedla, že není členem žádné takové ani podobné iniciativy a že ani nemá zájem se v takovýchto iniciativách žádným způsobem angažovat. Zároveň společnost uvedla, že neví, zda jsou výroby, kde se vyrábí jejich zboží, členy některé z takovýchto iniciativ. A také společnost č. 2 by nedala za jinak stejných podmínek přednost dodavateli, který je členem takovéto iniciativy před tím, který se v takovéto iniciativě neangažuje.

Jak můžeme vidět, na základě dotazníkového průzkumu bylo zjištěno, že společnosti nemají etické kodexy. Firmy v žádném dokumentu neupravují poskytování důstojné mzdy zaměstnancům. Jedna ze společností se zajímá o to, zda výroby mají etické kodexy a dala by přednost takovému dodavateli před tím, který etický kodex nemá. Na základě internetových zdrojů bylo zjištěno, že pouze dvě oděvní společnosti mají veřejný etický kodex, a to Alpine PRO a Direct Alpine. Co se týče odborů je jasně vidět, že společnosti by daly přednost dodavatelům, u kterých

zaměstnanci nemají právo se organizovat v odborech. Jedna z firem uvedla, že neví, zda mají zaměstnanci právo na odbory a ani se o to nezajímá. Druhá z firem uvedla, že zaměstnanci ve výrobnách mají právo na sdružování se v odborech. Ani jedna ze společností nemá zájem se angažovat v iniciativách, které se zabývají problematikou oděvního průmyslu v rozvojových zemích.

### **5.3 Důstojná mzda a motivace k jejímu zavedení**

Cílem této části kapitoly je zjistit, zda české oděvní společnosti platí svým zaměstnancům důstojné mzdy a jaké jsou motivace firem k jejímu zavádění.

Společnost č. 1 v dotazníkovém šetření uvedla, že se v následujícím horizontu pěti let nechystá zavést důstojnou mzdu. Firma nemá obavy z toho, že by zaměstnanci přišli o státní podporu, ani ze stížností a negativního dopadu na ostatní zaměstnance, nebojí se ani zvýšení cen výrobků, snížení zisků společnosti nebo z pravidelného upravování mezd. Jejich stanovisko je následující: „*Mzda, se kterou pracuje můj dodavatel, je věcí mezi ním a jeho zaměstnancem*“. Společnost tedy žádným způsobem do výše mezd nezasahuje. Pokud se společnosti zvýší náklady, tento nárůst je pokryt dvěma způsoby, a to snížením zisků společnosti a zvyšováním cen výrobků. Společnost č. 2 má na danou problematiku podobný pohled jako Společnost č. 1. V dotazníkovém šetření uvedla, že se v horizontu pěti let nechystá zavést důstojnou mzdu. Ani tato společnost neměla obavy z žádné uvedené možnosti, kterou dotazník nabízel. Přidala svou vlastní odpověď, kde uvedla, že nechtějí platit víc, než musí. Jejich důvodem je to, že se vše řídí trhem, nabídkou a poptávkou. Pro společnost je nejdůležitější cena výrobku.

Těmito dvěma společnostem byly položeny také doplňující otázky týkající se jejich motivací důstojnou mzdu zavádět. Cílem bylo zjistit, za jakých podmínek by byly společnosti ochotné důstojnou mzdu zajišťovat, tzn., vyjednat se svými dodavateli to, aby tato mzda byla zaměstnancům placena.

Společnost č. 1 nemá zájem důstojnou mzdu zavádět za žádných podmínek, které byly majiteli společnosti představeny. Těmito podmínkami byly: situace, kdy by se všichni konkurenti zavázali k zajišťování důstojné mzdy prostřednictvím společné dohody a za předpokladu, že je dohoda dodržována; daňové úlevy, které by pokryly alespoň určité procento nákladů způsobené nevýšením mezd na straně dodavatele; výhodnější úvěry a půjčky od státu; změna preferencí zákazníků směrem

k dodavatelům, kteří svým zaměstnancům garantují určitou mzdu. Majitel společnosti mi sdělil, že uvedené podmínky jsou nereálné a že by se tímto nechtěl zabývat. Uvedl také, že výška mzdy není jeho starost. Navíc podle majitele firmy mají zaměstnanci, kteří vyrábí zboží, které společnost prodává, výborné platy a všichni jsou spokojeni. Zaměstnanci, kteří jejich zboží vyrábí, jsou kvalifikovaní, a proto jsou za svou práci dobře odměněni. Majitel má se svými zaměstnanci velmi úzké vztahy a pravidelně jezdí do Číny. Jeho názor je takový, že mzda je věc továrníka a on platí jenom cenu, kterou si továrník za výrobek stanoví. Pravidla, tedy i výše mzdy, kterou si nastaví v zemích výroby, jsou jejich pravidla a společnost pouze platí za zboží, které odebírá. Zároveň majitel společnosti upozornil na to, že je pro něj rozhodující kvalita zboží a ne cena. Z tohoto důvodu vyrábí v Číně, kde je kvalita výrobků vysoká. Na závěr majitel uvedl, že podmínky v Číně se mnohem zlepšily.

Společnost č. 2 má podobný názor. Firma by důstojnou mzdu nezavedla za žádných podmínek, které byly jednateli společnosti představeny. Společnost by reagovala pouze na tu situaci, kdy by stát, ve kterém se vyrábí jeho zboží, v tomto případě Čína, zavedl důstojnou mzdu na celostátní úrovni. V tomto případě by společnost přestala v Číně vyrábět a přesunula by výrobu do chudšího státu, kde je nižší mzda, avšak pouze za předpokladu, že by kvalita výrobků zůstala stejná. Pokud by se kvalita měla snížit, společnost by ponechala výrobu v Číně, protože je pro ni kvalita důležitá. Hlavním argumentem u této společnosti bylo, že veškeré podnikání se řídí trhem, nabídkou a poptávkou. Podle jednatele společnosti trh není důstojný a zajišťování důstojné mzdy je podle něj charita.

V této podkapitole bylo zjištěno, že společnosti nechtějí zavádět důstojnou mzdu. Zároveň se ani nezajímají o to, jak by mohly dosáhnout toho, aby jejich dodavatelé vypláceli důstojnou mzdu jejich zaměstnancům. Zároveň se obě společnosti shodly na tom, že nechtějí do budoucna zavádět důstojnou mzdu, ačkoliv jejich důvody byly rozdílné. První společnost zastává názor, že mzdová politika je věcí, která se má řešit mezi zaměstnancem a jeho zaměstnavatelem, a proto není motivována důstojnou mzdu zavádět. Podle něj mají zaměstnanci v Číně výborné mzdy a jsou spokojeni. Druhá z firem prosazuje názor, že je pro ně nejdůležitější cena a veškeré kroky v podnikání se řídí trhem. Společnost č. 2 také není žádným způsobem motivována důstojnou mzdu zavádět.

## 5.4 Spolupráce s dodavateli

Posledním tématem, které bylo v rámci průzkumu zkoumáno, byla spolupráce mezi společnostmi a jejich dodavateli. Cílem bylo zjistit, jak dlouho spolupráce funguje, jak často se obnovuje smlouva mezi dodavatelem a společností, jakým způsobem je upravena mzda zaměstnanců a jestli mají společnosti možnost s dodavateli vyjednávat o mzdách, které jsou zaměstnancům placeny.

Pokud se zaměříme na délku spolupráce, frekvence obnovování smluv a mezd zaměstnanců, bylo zjištěno, že Společnost č. 1 se svými dodavateli, kterými jsou dvě výrobní, spolupracuje již více než 10 let. Spolupráce s jejími dodavateli není upravena smlouvou. Podle společnosti pracují na základě tradičních vztahů a dílčích objednávek. Zároveň mezi sebou nemají upravenou výši mzdy, která je zaměstnancům placena. Společnost č. 2 v dotazníku uvedla, že se svými dodavateli, dvěma továrnami, spolupracuje přibližně 20 let. Smlouvy s dodavateli obnovuje dvakrát ročně, protože mají novou smlouvu na každou sezónu, léto a zima. Firma také uvedla, že jejich smlouvy s dodavateli žádným způsobem neupravují výši mzdy, kterou zaměstnanci ve výrobnách pobírají. Společnost připojila informaci, že je zajímá především cena výrobku a jeho kvalita. Čím nižší je cena, tím je to pro ně výhodnější.

Na závěr bylo zjišťováno, jak jsou společnosti informované o výši mzdy pro zaměstnance, kteří vyrábí zboží, které společnosti prodávají. A také jestli společnosti se svými dodavateli o mzdách nějakým způsobem vyjednávají.

Společnost č. 1 uvedla, že má informace o mzdách ve všech výrobnách, se kterými spolupracují, zároveň však přiznala, že by za jinak stejných podmínek nedala přednost dodavateli, který zaměstnancům platí důstojnou mzdu před dodavatelem, který důstojnou mzdu svým zaměstnancům nevyplácí. Není jasné, zda předmětem jednání s dodavateli bývá i problematika mezd, protože se k tomu společnost nevyjádřila. A na závěr společnost uvedla, že by nebyla ochotna odměňovat dodavatele, kteří by platili svým zaměstnancům důstojnou mzdu. Společnost č. 2 v dotazníku uvedla, že má informace o výši mezd ve výrobnách, se kterými spolupracují, ale ne ve všech. Zároveň stejně jako Společnost č. 1 uvedla, že by za jinak stejných podmínek nedala přednost dodavateli, který svým zaměstnancům platí důstojnou mzdu. Dále společnost v dotazníku zadržela, že nikdy nevyjednává se svými dodavateli výši mezd pro zaměstnance. A nakonec také tato společnost by nebyla ochotná žádným



způsobem odměňovat své dodavatele za to, že platí svým zaměstnancům důstojnou mzdu.

Společnost č. 1 připojila k dotazníku informace navíc o tom, jak probíhá spolupráce s jejich dodavateli a jaké mají mezi sebou vztahy:

*„Naše zboží vzniká **spoluprací** mezi námi a dodavateli – majiteli továren či výroben jak v Asii tak v Evropě, při níž nikdo není ve vzájemném vztahu nadřazen či podřazen a nikdo si nediktuje žádné extra podmínky, kromě zjevně nutných (oni dodají perfektní práci a my přesně a včas zaplatíme). Při vývoji zboží klademe důraz především na jeho výslednou technickou a kvalitativní úroveň, kterou upřednostňujeme před urychlovači prodeje, mezi které patří nízká cena, zejména ta, která je nízká díky ošizení kvality materiálu či práce, která pokud není dobře zaplacená, nestojí za nic a zboží se samo diskvalifikuje a s ním i jeho slavný výrobce...*

*Slušné zacházení se zaměstnanci nemíníme svým partnerům nařizovat a ještě to k tomu populisticky deklarovat. Partneri, kteří nám vyhovují, si své lidi hýčkají -jinak by jejich produkty nebyly v pořádku a my bychom s nimi nespolupracovali. To k samoregulaci problémů, kterými se zabýváte, u nás docela postačuje. Na nepřírozené zásahy do našich nadstandartních a veskrze přátelských vztahů s našimi dodavateli a jejich pracovníky nejen nevěříme, ale považovali bychom je za tyto vztahy nepříznivě ovlivňující.“ (Společnost č. 1, 2016).*

Na základě těchto zjištění lze říci, že spolupráce mezi těmito českými společnostmi a jejich dodavateli je dlouhodobá. Obě firmy s nimi spolupracují více než deset let. U jedné společnosti neexistuje smlouva, spolupracují na základě tradičních vztahů a dílčích objednávek, druhá společnost obměňuje smlouvu dvakrát ročně. Ani jedna společnost žádným způsobem neupravuje výši mzdy, kterou zaměstnanci v rozvojových zemích pobírají. Zároveň obě společnosti mají informace o tom, jaké mzdy jsou zaměstnancům vypláceny. Ani jedna firma však se svým dodavatelem nevyjednává výši mzdy a nebyly by ochotny jakkoliv odměňovat dodavatele pokud by svým zaměstnancům platili důstojnou mzdu.

## **5.5 Společnosti a dobročinné projekty**

Navzdory tomu, že se společnosti o důstojnou mzdu téměř nezajímají, některé z nich se snaží prosazovat alespoň postupy šetrné k životnímu prostředí,

nebo se angažují v jiných dobročinných projektech. Takových společností není mnoho. V následující části práce jsou uvedeny firmy, které se v takovýchto aktivitách angažují.

Značka Bushman se v roce 2012 zapojila do kampaně s názvem Water for Africa. Tato kampaň je zastřešena organizací UNICEF, která se mimo jiné zabývá zajišťováním pitné vody pro obyvatele ve více než 90 zemí světa. Značka Bushman se rozhodla s organizací UNICEF spolupracovat a vytvořila speciální edici triček a doplňků s názvem Bushman for UNICEF. Z každého zakoupeného trička putovalo sto korun na projekt „*Nezávadná voda*“. Za výtěžek z každého trička bylo možné nakoupit 800 tablet, které byly použity k vyčištění 4000 litrů vody pro Afriku. V rámci tohoto projektu se podařilo získat sumu 234 905 korun a bylo možné vyčistit 9 396 520 l vody (Bushman, 2015c). Dalším projektem, do kterého se značka Bushman zapojila je podpora zoologických zahrad v České republice. Projekt se nazývá Bushman for ZOO a, stejně jako u projektu Bushman for UNICEF, spočívá i tento projekt ve vytvoření limitované edice triček, přičemž při zakoupení jednoho trička putuje sto korun na podporu určité zoologické zahrady. Zoologické zahrady, které se do projektu zapojily, mají tričko s vlastním motivem, zvířetem, které je pro danou zoologickou zahradu specifické. Například Plzeňská zoo má na tričku nosorožce indického. Zákazník si tedy může zvolit, na kterou zahradu chce přispět. Značka připravila i další trička např. s motivem slona, kozorožce nebo vlka, jejichž výtěžek se rozdělí mezi všechny zoologické zahrady (Bushman, 2015d).

Značka Hannah se stala hlavním partnerem všech Nočních běhů pro Světlušku (Světluška, 2012-2016). Značka Warmpeace se podobně jako Hannah také angažuje ve sportovní akci. Tentokrát se jedná o závod Generali Survival, který se snaží o integraci paraplegiků do závodu s nehandicapovanými sportovci. Značka Warmpeace je jedním z partnerů tohoto závodu (Generali Survival, 2016).

Mezi společnostmi jsou i takové, které se snaží ochraňovat životní prostředí. Již jsem jmenovala společnosti Alpine PRO a Direct Alpine. Ale také značka Horsefeathers se snaží ochraňovat životní prostředí. Dokonce založila hnutí s názvem We are sick of trash!, jehož cílem je čistit místa v našem okolí, které jsou znečištěné odpadem. Lidé, kteří se do iniciativy zapojí a vyfotí znečištěné místo před uklizením a po jeho uklizení, mohou vyhrát výrobky od značky Horsefeathers v hodnotě 2000 euro (Horsefeathers, 1989 – 2016). Jak jsem již zmiňovala, značka DirectAlpine se také

věnuje ekologii. V roce 2013 společnost prohlásila, že by chtěla opět vyrábět ze 100% bavlny, ale zároveň zaručit funkční kvalitu. Jejím cílem bylo vytvořit zboží z organického materiálu, který bude mít kvalitní vlastnosti, především ochranu a funkčnost. Proto se rozhodli využít nanotechnologií. Chtěli tak dosáhnout toho, aby přispěli k trvale udržitelnému rozvoji, aby jejich výroba méně zatěžovala životní prostředí a využívala přírodní materiály co nejvíce je to možné (Hanibal, 2013). Na závěr také značka Husky se prezentuje jako společnost, která dbá na životní prostředí. Ve své výroční zprávě uvedla:

*„HUSKY CZ je vnímána jako čistě obchodní firma obchodující s výrobky nezatěžujícími životní prostředí. Společností používané obalové materiály jsou recyklovatelné a přátelské k životnímu prostředí. Jako aktivní členové společnosti EKO-KOM přispíváme na vhodnou likvidaci námi používaných obalových materiálů. Firemní filosofií a zaměřením na segment zákazníků, kteří tráví velkou část svého volného času v přírodě, nepřímo ovlivňujeme vztah našich zákazníků k životnímu prostředí.“* (Husky, 2014).

Z informací získaných z dotazníku, z webových stránek společností, z online rozhovorů a článků, a z průzkumu organizace NaZemi jasně vyplývá, že společnosti nemají zájem zajišťovat důstojnou mzdu a ani nepodnikají žádné kroky k jejímu zajišťování kromě Alpine PRO a DirectAlpine. Nemají zájem jakkoliv zasahovat do výše mezd, které zaměstnanci pobírají. Nemají pro to vůbec žádné motivace. Je pro ně důležitá především kvalita a cena výrobků. Jedna z firem uvedla, že čím menší je cena výrobku, tím je to pro ně výhodnější. Na druhou stranu Společnost č. 1 uvedla, že mzdy zaměstnanců v dodavatelských výrobnách, se kterými spolupracují, mají výborné mzdy a že se zaměstnanci má úzké vztahy. Zároveň považuje výši mzdy za věc, která je mezi továrníkem a zaměstnancem.

Téměř všechny společnosti vyrábí své zboží v Číně a pouze dvě společnosti disponují veřejným etickým kodexem, Alpine PRO a DirectAlpine. Tyto společnosti se zároveň zmiňují o zajištění mzdy, která by stačila na důstojný život zaměstnanců. Alpine PRO tuto zásadu přímo uvádí v etickém kodexu a DirectAlpine se odkazuje na dodržování Všeobecné deklarace lidských práv, kde se tato zásada uvádí. Další tři společnosti tvrdí, že určitou formu kodexu mají, ať už se jedná o neveřejný etický kodex jako v případě značky Woon, smlouvy, které obsahují některé standardy

Mezinárodní organizace práce jako v případě značky Bushman nebo ústně podané etické a morální principy jako v případě značky Horsefeathers. V etickém kodexu, či na svých webových stránkách upravují zásady ochrany životního prostředí tři společnosti a to Alpine PRO, DirectAlpine a Horsefeathers. Dále značky Bushman, Hannah a Warmpeace se angažují v dobročinných aktivitách. Všechny společnosti, o kterých byly nalezeny doplňující informace, se shodují na tom, že podmínky v Číně se zlepšují a že je čím dál dražší v Číně vyrábět. Proto se stahují z Číny do jiných asijských zemí, některé dokonce zpět do Evropy. Zároveň ale dodávají, že jiné asijské země se zatím plně nevyrovnají kvalitě výroby v Číně.

Výsledky tedy nasvědčují tomu, že většina společností se o důstojnou mzdu či jiné zásady odpovědného podnikání příliš nezajímají. Myslím si, že pokud by se společnosti této problematice věnovaly, jistě by o tom informovaly na svých webových stránkách, protože by to mohlo přilákat více zákazníků, ale také pozornost médií.

## Závěr

Tématem diplomové práce byl koncept důstojné mzdy a české oděvní společnosti, které vyrábí své zboží v rozvojových zemích. Cílem práce bylo analyzovat chování a motivace českých oděvních firem v souvislosti se zajišťováním důstojné mzdy pro zaměstnance dodavatelských závodů v rozvojových zemích.

Teoretická část práce se zabývala základními pojmy, a to oděvním průmyslem a konceptem důstojné mzdy. Byla představena specifika a charakteristiky světového a českého oděvního průmyslu, outsourcingu a pracovních podmínek lidí, kteří jsou v oděvním sektoru zaměstnáni. Oděvní průmysl patří k nejstarším průmyslovým sektorům na světě a v dnešní době se výroba soustřeďuje především v asijských zemích. V České republice můžeme pozorovat úpadek oděvního průmyslu. České společnosti musejí konkurovat levnému zboží, které se k nám dováží z Asie, především z Číny. V dnešní době spousta společností využívá tzv. outsourcingu, přesněji offshoringu, kdy zadávají výrobu externímu dodavateli, většinou z Asie, který je schopen vyrobit zboží za nižší cenu. Nižší ceny výrobků jsou však spojeny i s nízkými mzdami zaměstnanců a obecně špatnými pracovními podmínkami, ve kterých pracují lidé v dodavatelských výrobnách. Proto existují iniciativy jako např. Clean Clothes Campaign, Fair Wear Foundation, Ethical Trading Initiative nebo Fair Labor Association, které se snaží prosadit koncept důstojné mzdy, která pokryje náklady na základní potřeby a důstojný život pracovníka a jeho rodiny. Největším problémem důstojné mzdy je to, že na rozdíl od minimální mzdy není právně vymahatelná. Z toho důvodu není zákonnou povinností společností či dodavatelů takovou mzdu lidem vyplácet. Dalším problémem je také výpočet důstojné mzdy. Tato mzda přináší výhody především zaměstnanci, protože mu umožňuje žít v lepších podmínkách. Nevýhody můžeme najít hlavně na straně zaměstnavatele, pro kterého to znamená vyšší náklady. Důstojná mzda však může být výhodná i pro stát či lokální ekonomiku.

Praktická část diplomové práce se zaměřila na české oděvní společnosti, které vyrábějí v rozvojových zemích a na analýzu jejich chování a motivací důstojnou mzdu zavádět. Tato část práce byla založena na kvalitativním výzkumu, který spočíval v dotazníkovém šetření mezi českými oděvními společnostmi vyrábějícími v rozvojových zemích, na analýze webových stránek společností a na rozhovorech

s majiteli firem pro online media a na dalších relevantních online člancích. Tento výzkum byl doplněn o informace z průzkumu organizace NaZemi.

V rámci praktické části byla nejprve popsána metodologie výzkumu. Dále byly představeny všechny společnosti, které byly požádány o vyplnění dotazníku. Poté následovala poslední část práce, ve které byly prezentovány výsledky výzkumného šetření, které byly rozděleny na pět tematických okruhů: Výroba v zahraničí; Etické kodex, odbory a iniciativy; Důstojná mzda a motivace k jejímu zavedení; Spolupráce s dodavateli; a Společnosti a dobročinné projekty.

Na základě výzkumu tedy byly zjištěny následující informace:

Pokud se jedná o výrobu v zahraničí, je možné říci, že společnosti vyrábí své zboží v Číně. Většina uvedených společností se shodla na tom, že situace v čínském oděvním průmyslu se pro zaměstnance zlepšuje, zvyšují se mzdy a zlepšují se pracovní podmínky. Shodují se také na tom, že výroba v Číně je čím dál dražší. Zároveň argumentují, že Čína vyrábí kvalitní zboží a ostatní státy se této kvalitě nevyrovnají.

V případě etických kodexů, odborů a iniciativ bylo zjištěno, že společnosti, které vyplnily dotazník, nemají etické kodexy a nemají zájem se stát členy některé z iniciativ, které se snaží o zavedení důstojné mzdy. Shodly se také na tom, že by nedaly přednost spolupráci s dodavatelem, u kterého mají zaměstnanci právo se organizovat v odborech. Jediné dvě společnosti, které mají veřejný etický kodex, jsou Alpine PRO a Direct Alpine. Není jisté, jestli mají etický kodex i ostatní společnosti, protože kodexy nejsou veřejně přístupné.

Na základě zjištěných informací z dotazníku můžeme říci, že společnosti nechtějí zavádět důstojnou mzdu pro zaměstnance ve svých dodavatelských výrobnách. Nemotivují je ani výhody, jako např. úlevy na daních či výhodnější úvěry a půjčky od státu a jejich stanovisko by neovlivnila ani změna preferencí zákazníků směrem k firmám, jejichž zaměstnanci v dodavatelských továrnách mají zaručenou určitou úroveň mzdy. Jedna ze společností, která odpověděla na dotazník, uvedla, že mzdy jejich zaměstnanců v dodavatelských výrobnách jsou výborné a že jsou věcí, která je mezi továrníkem a zaměstnancem. Navíc upozornila na to, že jejich zaměstnanci jsou se zaměstnáním spokojeni. Druhá společnost, která vyplnila dotazník, je přesvědčena,

že podnikání se řídí trhem, nabídkou a poptávkou a že není možné dělat v podnikání humanistu.

Společnosti, které dotazník vyplnily, spolupracují se svými dodavateli dlouhodobě, přesněji více jak deset let. Firmy mají informace o tom, jaké mzdy zaměstnanci pobírají. Zároveň však s dodavateli výši mezd nevyjednávají. Spolupráci konkrétněji popsala Společnost č. 1, která je se svým dodavatelem nadmíru spokojena a uvádí, že s nimi má přátelské vztahy a že lidé dostávají za svou práci dobře zapláceno. Díky těmto pozitivním vztahům nemá společnost zájem do jejich spolupráce zasahovat více než je nutné.

Posledním tématem byly dobročinné projekty, ve kterých se společnosti angažují. Bylo zjištěno, že společnosti většinou o důstojnou mzdu nejeví žádný zájem, ale některé společnosti se alespoň snaží pomáhat prostřednictvím projektů či dobročinných aktivit, nebo se snaží ochraňovat životní prostředí.

Je tedy možné říci, že české oděvní společnosti se konceptu důstojné mzdy vůbec nevěnují. Zároveň nejsou ani žádným způsobem motivovány k tomu, aby důstojnou mzdu pro zaměstnance svých dodavatelských výroben zaváděli či alespoň vyjednávali s dodavateli o jejím zajištění. Dále většinou nemají etické kodexy a nechtějí být členy iniciativ, které se touto problematikou zabývají. Všechny tyto skutečnosti tedy nasvědčují tomu, že se nesnaží podnikat kroky, které by zavedení důstojné mzdy umožnily. Na základě dotazníku Společnost č. 1 uvedla, že v jejich výrobních problémech se mzdou nejsou a že jejich zaměstnanci jsou spokojeni. Společnost č. 2 uvedla, že vše se řídí trhem, nabídkou a poptávkou a že v podnikání nelze dělat humanistu. Tyto výsledky samozřejmě nelze generalizovat na všechny společnosti. Avšak je jisté, že u ostatních společností nebyly zmínky o důstojné mzdě nalezeny, kromě těch, které mají etické kodexy. Ty však také nemusejí být zaručeným důkazem toho, že zaměstnancům dodavatelských továren je vyplácena důstojná mzda.

## Zdroje:

ACCA [ASSOCIATION OF CHARTERED CERTIFIED ACCOUNTANTS]. 2011. Outsourcing [online]. *Technical article*. ACCA [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: [http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/pdf/sa\\_nov11\\_outsourcing.pdf](http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/pdf/sa_nov11_outsourcing.pdf)

ADHIKARI, RATNAKAR; YAMAMOTO, YUMIKO. 2008. Textile and clothing industry: Adjusting to the post-quota World. In: Unveiling Protectionism: Regional Responses to Remaining Barriers in the Textiles and Clothing Trade [online]. *United Nations publication*. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: <http://www.primesourceforum.com/login/Portals/1/Market%20Report/08%20Unveiling%20Protectionism.pdf>

AFW [ASIA FLOOR WAGE]. 2013a. Calculating a living wage [online]. *Webová prezentace*. Clean Clothes Campaign [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://asia.floorwage.org/calculating-a-living-wage>

AFW [ASIA FLOOR WAGE]. 2013b. Asia Floor Wage in local currency [online]. *Webová prezentace*. Clean Clothes Campaign [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://asia.floorwage.org/asia-floor-wage-in-local-currency>

ALPINE PRO. 2014. Etický kodex – Fair Trade [online]. *Webová prezentace*. Alpine PRO [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.alpinepro.cz/eticky-kodex-fair-trade>

ALPINE PRO. 2015a. Kontakty Alpine PRO [online]. *Webová prezentaci*. Alpine PRO [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.alpinepro.cz/kontakty-alpine-pro>

ALPINE PRO. 2015b. O nás [online]. *Webová prezentace*. Alpine PRO.cz [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.alpinepro.cz/o-nas>

ANKER, RICHARD AND MARTHA. 2013. A Shared approach to Estimating Living Wages, Short description of the agreed methodology [online]. *Living Wage Working Group*. Iseal Alliance [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <https://www.isealalliance.org/sites/default/files/Descripton%20of%20Living%20Wage%20Methodology%2020131124.pdf>

ANKER, RICHARD. 2011. Estimating a living wage: A methodological review [online]. *Conditions of Work and Employment Series No. 29*. International Labour Office –



Geneva [cit. 2016-01-26]. Dostupné z:  
[http://is.muni.cz/repo/1131138/anker\\_2011\\_ilo.pdf](http://is.muni.cz/repo/1131138/anker_2011_ilo.pdf)

ATOK [ASOCIACE TEXTILNÍHO-ODĚVNÍHO-KOŽEDĚLNÉHO-PRŮMYSLU]. 2015. Statistická ročenka českého textilního, oděvního a kožedělného průmyslu za rok 2014 [online]. *Statistická ročenka*. ATOK [cit. 2016-03-20]. Dostupný z:  
[http://www.atok.cz/folders/dokumenty/Statisticka\\_rocenka\\_ceskeho\\_TOK\\_prumyslu/Statisticka\\_rocenka\\_ceskeho\\_TOK\\_prumyslu\\_2014.pdf](http://www.atok.cz/folders/dokumenty/Statisticka_rocenka_ceskeho_TOK_prumyslu/Statisticka_rocenka_ceskeho_TOK_prumyslu_2014.pdf)

BENEDIKT XVI.. 2009. Caritas in Veritate [online]. *Encyclical letter by Benedict XVI on Integral Human Development in Charity and Truth*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z:  
[http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/encyclicals/documents/hf\\_ben-xvi\\_enc\\_20090629\\_caritas-in-veritate.html](http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate.html)

BUSHMAN. 2015c. Bushman for UNICEF, Water for Africa [online]. *Webová prezentace*. Bushman [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.bushman.cz/o-nas/bushman-for-unicef>

BUSHMAN. 2015a. Bushman story [online]. *Webová prezentace*. Bushman [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.bushman.cz/o-nas/bushman-story>

BUSHMAN. 2015d. Bushman for ZOO [online]. *Webová prezentace*. Bushman [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.bushman.cz/bushman-for-zoo>

BUSHMAN. 2015b. Tiskové zprávy [online]. *Webová prezentace*. Bushman [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.bushman.cz/pro-media/tiskove-zpravy>

CALLYCHURN, DEVKUMAR S; SOOBHUG, K; HURREERAM, DINESH K. 2014. Key Success Factors for the Apparel Manufacturing Industry: A Case Study at Company X [online]. *A Case Study*. World Congress on Engineering. Vol II. [cit. 2016-04-08]. Dostupný z:  
[http://www.iaeng.org/publication/WCE2014/WCE2014\\_pp1057-1062.pdf](http://www.iaeng.org/publication/WCE2014/WCE2014_pp1057-1062.pdf)

CATHOLIC EDUCATION SERVICE. 2016. A Catholic guide to the Living Wage [online]. *Resolution of Catholic Education Service*. Catholic Education Service [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: <http://www.catholiceducation.org.uk/images/LivingWageResource.pdf>

CCC [CLEAN CLOTHES CAMPAIGN]. 2013a. Living Wage versus Minimum Wage [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.cleanclothes.org/livingwage/living-wage-versus-minimum-wage>

CCC [CLEAN CLOTHES CAMPAIGN]. 2013b. A Living Wage = A Human Right [online]. *Webová prezentace*. Clean Clothes Campaign [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://www.cleanclothes.org/livingwage>

CCC [CLEAN CLOTHES CAMPAIGN]. 2015. Czech Republic factsheet [online]. *Country Profile*. Clean Clothes Campaign [cit. 2016-03-13]. Dostupný z: <http://www.cleanclothes.org/livingwage/stitched-up-factsheets/czech-republic-factsheet/view>

CIA [CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY]. 2016a. *The World Factbook South Asia: India* [online]. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/in.html>

CIA [Central Intelligence Agency]. 2016b. *The World Factbook South Asia: Bangladesh* [online]. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/bg.html>

CIA [Central Intelligence Agency]. 2016c. *The World Factbook East & Southeast Asia: China* [online]. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ch.html>

CIA [Central Intelligence Agency]. 2016d. *The World Factbook East & Southeast Asia: Vietnam* [online]. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/vm.html>

CIPS [CHARTERED INSTITUTE OF PROCUREMENT & SUPPLY]. 2013. Outsourcing [online]. *Knowledge summary*. CIPS [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: [https://www.cips.org/Documents/Knowledge/Procurement-Topics-and-Skills/7-Understand-Need-Market-and-Options-Assessment/Outsourcing-Offshoring-and-Insourcing/Outsourcing-%20Knowledge\\_Summary.pdf](https://www.cips.org/Documents/Knowledge/Procurement-Topics-and-Skills/7-Understand-Need-Market-and-Options-Assessment/Outsourcing-Offshoring-and-Insourcing/Outsourcing-%20Knowledge_Summary.pdf)

CITY OF BRADFORD METROPOLITAN DISTRICT COUNCIL. 2013. „Scrutiny review into the implications for the District of Bradford Council adpting a Living Wage Policy“ [online]. *Reprt of the Corporate Overview and Scrutiny Committee*. City of Bradford

- Metropolitan District Council [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <https://www.bradford.gov.uk/NR/rdonlyres/E85C0DFA-3125-4CAD-AF33-45CDC1881240/0/LivingWageSept2013.pdf>
- CLEAN CLOTHES CAMPAIGN. 2013a. Why an Asia Floor Wage? [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.cleanclothes.org/livingwage/what-is-the-asia-floor-wage>
- CLEAN CLOTHES CAMPAIGN. 2013b. Who we are [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.cleanclothes.org/about/who-we-are>
- CLEAN CLOTHES CAMPAIGN. 2013c. Living Wage versus Minimum Wage [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.cleanclothes.org/livingwage/living-wage-versus-minimum-wage>
- COULSON, A. B. AND BONNER, J. 2015. *Living Wages Employers: evidence of UK Business Cases* [online]. London: Citizens UK on behalf of the Living Wage Foundation [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: [http://www.livingwage.org.uk/sites/default/files/BAR\\_LivingWageReport%20cropped%2021%2001.pdf](http://www.livingwage.org.uk/sites/default/files/BAR_LivingWageReport%20cropped%2021%2001.pdf)
- COUNCIL OF EUROPE. 2015a. The European Social Charter [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.coe.int/en/web/turin-european-social-charter>
- COUNCIL OF EUROPE. 2015b. The Charter in four steps [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.coe.int/en/web/turin-european-social-charter/about-the-charter>
- ČMKOS [Českomoravská konfederace odborových svazů]. 2007. *Ústava MOP* [online]. [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: [http://cmkos.webmagazine.cz/data/articles/down\\_355.pdf](http://cmkos.webmagazine.cz/data/articles/down_355.pdf)
- ČSÚ [ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD]. 2015. Deficit zahraničního obchodu s oděvy už překročil hranici 15 mld. korun za rok [online]. *Analýza*. ČSÚ [cit. 2016-04-09]. Dostupný z: <https://www.czso.cz/documents/10180/26200945/241029-15.pdf/b0c3b3fd-0690-4360-b7f8-9132c27757df?version=1.0>

DIRECT ALPINE, S.R.O. 2006. Etický kodex Společnosti Direct Alpine, s.r.o. [online]. *Etický kodex*. Direct Alpine, s.r.o. [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: [http://www.directalpine.cz/Data/files/Etick%C3%BD\\_%20kodex\\_DirectAlpine.pdf](http://www.directalpine.cz/Data/files/Etick%C3%BD_%20kodex_DirectAlpine.pdf)

DIRECT ALPINE, S.R.O. 2011 – 2016. GREEN – pojďme po té správné zelené [online]. *Webová prezentace*. Direct Alpine, s.r.o. [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.directalpine.cz/green1>

DIRECT ALPINE. 2011 – 2016. Profil firmy [online]. *Webová prezentace*. Direct Alpine s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.directalpine.cz/profil-firmy>

E15.CZ. 2011. Jindřich Melichar: S Australany je fajn jít na pivo, ale obchodovat s nimi moc nejde [online]. *Online článek*. Mladá fronta a.s. [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://nazory.euro.e15.cz/rozhovory/jindrich-melichar-s-australany-je-fajn-jit-na-pivo-ale-obchodovat-s-nimi-moc-nejde-716480>

ENVY. 2009 – 2016. O značce ENVY [online]. *Webová prezentace*. ENVY-ESHOP.cz [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: [http://www.envy-eshop.cz/o\\_znacce\\_envy](http://www.envy-eshop.cz/o_znacce_envy)

ERNST, CHRISTOPH; HERNÁNDEZ FERRER, ALFONS; ZULT, DAAN. 2005. The end of the Multi-Fibre Arrangement and its implication for trade and employment [online]. *Employment Strategy Papers*. [cit. 2016-04-09]. Dostupný z: [http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_elm/documents/publication/wcms\\_114030.pdf](http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_elm/documents/publication/wcms_114030.pdf)

ETI [ETHICAL TRADING INITIATIVE]. 2016a. About ETI [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.ethicaltrade.org/about-eti>

ETI [ETHICAL TRADING INITIATIVE]. 2016b. What we do [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.ethicaltrade.org/about-eti>

EUROPEAN OUTDOOR GROUP. c2016. Overview of the European outdoor market [online]. *Webová prezentace*. European Outdoor Group [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://www.europeanoutdoorgroup.com/research/current-project/overview-of-the-european-outdoor-market/>

EUROPEAN PARLIAMENT. 2014. Workers' conditions in the textile and clothing sector: just an Asian affair? Issues at stake after the Rana Plaza tragedy [online]. *Briefing*.

European Parliamentary Research Service [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: <http://www.europarl.europa.eu/EPRS/140841REV1-Workers-conditions-in-the-textile-and-clothing-sector-just-an-Asian-affair-FINAL.pdf>

FILIPOVÁ, HANA. 2016. Klidně budu vyrábět pod cizí značkou, říká spoluzakladatel outdoorové značky Alpine Pro Václav Hrbek [online]. *Online článek*. Hospodářské noviny [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://byznys.ihned.cz/c1-65151780-klidne-budu-vyrabet-pod-cizi-znackou-rika-spoluzakladatel-outdooroveho-alpine-pro-vaclav-hrbek?>

FLA [FAIR LABOR ASSOCIATION]. 2012a. About us [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.fairlabor.org/about-us>

FLA [FAIR LABOR ASSOCIATION]. 2012b. Mission & Charter [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.fairlabor.org/our-work/mission-charter>

FRANCOVÁ, PAVLA. 2012. Čína je příliš drahá. Čeští výrobci outdoorového vybavení se vracejí do Evropy [online]. *Online článek*. Hospodářské noviny [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: [http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-57012160-cina-je-prilis-draha-cesti-vyrobci-outdooroveho-vybaveni-se-vraceji-do-evropy?utm\\_source=mediafed&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=mediafed](http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-57012160-cina-je-prilis-draha-cesti-vyrobci-outdooroveho-vybaveni-se-vraceji-do-evropy?utm_source=mediafed&utm_medium=rss&utm_campaign=mediafed)

FREEPOR. 2003 – 2016. ALPINE PRO [online]. *Webová prezentace*. Freeport Leisure (Czech Republic), s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.freeport.cz/alpine-pro>

FUKUNISHI, TAKAHIRO; GOTO, KENTA; YAMAGATA, TATSUFUMI. 2013. Aid for Trade and Value Chains in Textiles and Apparel [online]. *Report*. OECD/WTO/IDE-JETRO [cit. 2016-04-08]. Dostupný z: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/devel\\_e/a4t\\_e/global\\_review13prog\\_e/textiles\\_and\\_apparel\\_28june.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/global_review13prog_e/textiles_and_apparel_28june.pdf)

FWF [FAIR WEAR FOUNDATION]. 2009a. About [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.fairwear.org/22/about/>

FWF [FAIR WEAR FOUNDATION]. 2009b. FWF Wage Ladder [online]. *Web Presentation*. [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.fairwear.org/563/wage-ladder/>

FWF [FEAR WEAR FOUNDATION]. 2012. Climbing the Ladder to Living Wages. An update on FWF's Living Wage research 2011 – 2012. [online]. *Report*. Fear Wear Foundation [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: <http://www.fairwear.org/ul/cms/fck-uploaded/documents/policydocs/ClimbingtheLadderReport.pdf>

FWF [FEAR WEAR FOUNDATION]. 2015. Living Wage versus Legal Minimum Wage [online]. *Webová prezentace*. Fear Wear Foundation [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <https://www2.fairwear.org/living-wage-portal/#!/content/https://www2.fairwear.org/living-wage-portal/if-legal-minimum-wages-are-in-place-why-do-we-need-living-wages/#more-811>

GENERALI SURVIVAL. 2016. Partneri [online]. *Webová prezentace*. Generali Survival [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.generalisurvival.cz/partneri/>

GLOGAROVÁ, MICHAELA; KRAFTOVÁ, IVANA. 2015. Případ českého textilního a oděvního průmyslu a ekonomická bezpečnost regionů. In: Scientific Papers of the University of Pardubice [online]. Scientific Papers. No. 33, Vol. XXII. [cit. 2016-04-09]. Dostupný z: <http://www.upce.cz/english/fea/research-development/scientific-journals/scipap/journal-archive/electrical/2015/scipap-33-2015.pdf>

GRANDYS, EWA; GRANDYS, ANDRZEJ. 2008. Outsourcing – An Innovation Tool in Clothing Companies [online]. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*. Vol. 16, No. 5. [cit. 2016-03-20] Dostupné z: [www.fibtex.lodz.pl/2008/5/13.pdf](http://www.fibtex.lodz.pl/2008/5/13.pdf)

HANIBAL. 2013. Directalpine: čtyři otázky pro Radka Nováčka! [online]. *Online článek*. Hanibal sport [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.hanibal.cz/novinky/402-directalpine-ctyri-otazky-pro-radka-novacka/>

HANNAH. 2016. Náš příběh [online]. *Webová prezentace*. Hannah [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.hannah.cz/html/nas-pribeh/>

HORSEFEATHERS. 1989 – 2016. Join us! We are sick of trash [online]. *Webová prezentace*. Horsefeathers [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.sickoftrash.eu/en/rules/>

HORSEFEATHERS. 1989 – 2016. O nás [online]. *Webová prezentace*. Horsefeathers [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.horsefeathers.eu/cs/o-nas/>

HUDY BLOG. 2015. Direct Alpine. Ryze česká firma. Rozhovor se zakladatelem Radkem Nováčkem [online]. *Online článek*. Hudy sport a.s. [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://blog.hudy.cz/produktove-tipy/directalpine-rozhovor-radek-novacek/>

HUMI OUTDOOR. 2006 – 2015. O nás [online]. *Webová prezentace*. HUMI OUTDOOR. Dostupný z: <http://www.humi.cz/?lg=cz&str=1&n=humi-outdoor-o-nas>

HUSKY. 2014. Výroční zpráva za rok 2014 HUSKY [online]. *Výroční zpráva*. Husky CZ s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=41995414&subjektId=482410&spis=137106>

IBRD/WB [THE INTERNATIONAL BANK FOR RECONSTRUCTION AND DEVELOPMENT/WORLD BANK]. 2008. The Global Textile and Garments Industry: The Role of Information and Communication Technologies (ICTs) in Exploiting the Value Chain [online]. *An infoDev Publication*. IBRD/WB [cit. 2016-03-13]. Dostupné z: [http://www.infodev.org/infodev-files/resource/InfodevDocuments\\_582.pdf](http://www.infodev.org/infodev-files/resource/InfodevDocuments_582.pdf)

ILO [International Labour Organization]. 1970. Minimum Wage Fixing Convention [online]. *Convention C131*. International Labour Organization [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: [http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100\\_INSTUMENT\\_ID:312276](http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_INSTUMENT_ID:312276)

ILO [International Labour Organization]. 2010. *Constitution of the International Labour Organisation* [online]. International Labour Organization [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: <http://www.ilo.org/public/english/bureau/leg/download/constitution.pdf>.

ILO [INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION]. 2014. Wages and Working Hours in the Textiles, Clothing, Leather and Footwear Industries [online]. *Issues paper for discussion at the Global Dialogue Forum on Wages and Working Hours in the Textiles, Clothing, Leather and Footwear Industries (Geneva, 23-25 September 2014)*. ILO [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_dialogue/@sector/documents/publication/wcms\\_300463.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_300463.pdf)

JAN PAVEL II.. 1981. Laborem Exercens [online]. *Encyklika Jana Pavla II. o lidské práci*. České Katolické Nakladatelství [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.farnoststrasnice.cz/doky/e-knihovna/laborem-exercens.pdf>

JUREK. 2011. O společnosti [online]. *Webová prezentace*. JUREK S+R s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.jurek.cz/cs/ospolecnosti>

JUREK. 2011. Oblečení [online]. *Webová prezentace*. JUREK S+R s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.jurek.cz/cs/vyrobky/oble%C4%8Den%C3%AD>

KOSZEWSKA, MALGORZATA. 2004. Outsourcing as a modern management strategy. Prospects for its development in the protective clothing market [online]. *AUTEX Research Journal*. Vol. 4, No.4. [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: [https://www.researchgate.net/publication/41650515\\_Outourcing\\_as\\_a\\_modern\\_management\\_strategy\\_Prospects\\_for\\_its\\_development\\_in\\_the\\_protective\\_clothing\\_market](https://www.researchgate.net/publication/41650515_Outourcing_as_a_modern_management_strategy_Prospects_for_its_development_in_the_protective_clothing_market)

KPMG. 2015. *The Living Wage: an economic impact assessment* [online]. KPMG [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: <https://www.kpmg.com/UK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/PDF/Issues%20and%20Insights/kpmg-living-wage-report-2015.pdf>

KREJČÍ, OSKAR. 2011. *Lidská práva* [online]. Britské listy [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: [http://www.blisty.cz/files/knihy/krejci/krejci-oskar\\_lidska-prava.pdf](http://www.blisty.cz/files/knihy/krejci/krejci-oskar_lidska-prava.pdf)

LEV XIII. 1891. Rerum Novarum [online]. *Encyklika papeže Lva XIII. o dělnické otázce*. České Katolické Nakladatelství [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: [http://www.kebrle.cz/katdocs/soc\\_enc/RerumNovarum.htm](http://www.kebrle.cz/katdocs/soc_enc/RerumNovarum.htm)

LOAP. 2016. O nás – vezmeme to letem světem [online]. *Webová prezentace*. Piccollo spol. s r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://www.loap.cz/znacka-loap/o-nas/>

MATESOVÁ, JANA. 1995. Will Inexpensive Labor Help Us to Survive? In: Restructuring and Privatization in Central Eastern Europe Case Studies of Firms in Transition [online]. *Case studies*. [cit. 2016-04-09]. Dostupný z: [https://books.google.cz/books?id=x7CtMT3IV1AC&pg=PA49&lpg=PA49&dq=eastern+europe+proximity+advantage+garment+industry&source=bl&ots=G\\_U\\_KXl-m&sig=qvShI3bOFLrWrZHLmUlxf55Rx04&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwjpor73mY](https://books.google.cz/books?id=x7CtMT3IV1AC&pg=PA49&lpg=PA49&dq=eastern+europe+proximity+advantage+garment+industry&source=bl&ots=G_U_KXl-m&sig=qvShI3bOFLrWrZHLmUlxf55Rx04&hl=cs&sa=X&ved=0ahUKEwjpor73mY)



[DMAhXDtBQKHc6nAecQ6AEILjAC#v=onepage&q=eastern%20europe%20proximity%20advantage%20garment%20industry&f=false](http://DMAhXDtBQKHc6nAecQ6AEILjAC#v=onepage&q=eastern%20europe%20proximity%20advantage%20garment%20industry&f=false)

MEATFLY. 2016. O společnosti [online]. *Webová prezentace*. Meatfly [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.meatfly.cz/o-spolecnosti/>

MPO [MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU]. c2005. Panorama zpracovatelského průmyslu ČR 2014 [online]. *Publikace*. MPO [cit. 2016-04-09]. Dostupný z: <http://www.mpo.cz/dokument161359.html>

MUSIOLEK, BETTINA. 2011. The Asia Floor Wage campaign – Decent income for garment workers in Asia [online]. *Report*. Clean Clothes Campaign [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: [http://www.eu-china.net/upload/pdf/materialien/2011\\_Musiolek-Asia\\_Floor\\_Wage.pdf](http://www.eu-china.net/upload/pdf/materialien/2011_Musiolek-Asia_Floor_Wage.pdf)

NAZEMI. 2014. Kde vyrábějí české sportovní firmy [online]. *Průzkum českých sportovních firem*. NaZemi [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: [http://www.nazemi.cz/sites/default/files/pruzkum\\_cesky\\_outdoor\\_2014\\_0.pdf](http://www.nazemi.cz/sites/default/files/pruzkum_cesky_outdoor_2014_0.pdf)

NAZEMI. 2016. NaZemi Prosazujeme [online]. *Webová prezentace*. NaZemi [cit. 2016-04-08]. Dostupný z: <http://www.nazemi.cz/cs/prosazujeme>

NORDÅS, HILDEGUNN KYVIK. 2004. The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing [online]. *Discussion paper No 5*. World Trade Organization [cit. 2016-04-08]. Dostupný z: [http://www.tno.it/tecn\\_ it/fashion4\\_2\\_05/documenti/WTO%20Discussion%20Paper%20Textile%20and%20Clothing%20after%202005.pdf](http://www.tno.it/tecn_ it/fashion4_2_05/documenti/WTO%20Discussion%20Paper%20Textile%20and%20Clothing%20after%202005.pdf)

NORDBLANC. 2015. Informace o značce [online]. *Webová prezentace*. NB Distribuce s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.nordblanc.cz/www/informace-o-znacce/>

NUGGET. 2015. Company/History [online]. *Webová prezentace*. Nugget [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.nugget.cz/company/history>

OSBORNE CLARKE. 2006. Offshoring and global sourcing [online]. *A client's guide*. Osborne Clarke [cit. 2016-03-20]. Dostupný z:

[http://www.osborneclarke.com/media/filer\\_public/9f/2e/9f2e0f8e-5283-48cc-aa04-94ffc8823dcc/offshoring-and-global-sourcing-june-200620060612.pdf](http://www.osborneclarke.com/media/filer_public/9f/2e/9f2e0f8e-5283-48cc-aa04-94ffc8823dcc/offshoring-and-global-sourcing-june-200620060612.pdf)

OUTDOORIA.CZ. 2001 – 2013. Crackonosh [online]. *Webová prezentace*. [www.outdooria.cz](http://www.outdooria.cz) [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.outdooria.cz/outdoor>

PINGUIN. 2012. Firma Pinguin [online]. *Webová prezentace*. Pinguin [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.pinguincz.cz/cs/o-nas.htm>

POLLIN, ROBERT. 2007. Economic prospects, Making the federal Minimum Wage a Living Wage [online]. *New Labor Forum*. 16 (2). Joseph S. Murphy Institute, CUNY [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: [http://www.peri.umass.edu/fileadmin/pdf/other\\_publication\\_types/Pollin\\_May\\_2007\\_NLF\\_Column--Making\\_Federal\\_Min\\_Wage\\_a\\_Living\\_Wage.pdf](http://www.peri.umass.edu/fileadmin/pdf/other_publication_types/Pollin_May_2007_NLF_Column--Making_Federal_Min_Wage_a_Living_Wage.pdf)

PRAŽÁK, MAREK; MF DNES. 2003. Hannah: švadleny v Číně šijí české bundy [online]. *Online článek*. iDNES.cz [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: [http://ekonomika.idnes.cz/hannah-svadleny-v-cine-siji-ceske-bundy-dyu-/ekonomika.aspx?c=A031009\\_140544\\_ekonomika\\_klu](http://ekonomika.idnes.cz/hannah-svadleny-v-cine-siji-ceske-bundy-dyu-/ekonomika.aspx?c=A031009_140544_ekonomika_klu)

PRIMA. 2011 – 2012. Představujeme se [online]. *Webová prezentace*. PRIMA OUTDOOR, s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.prima-spacaky.cz/predstavujeme-se>

PROKOP, FRANTIŠEK. 2013. Je Česko rájem sportovní módy? [online]. *Online článek*. MontyRich [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.montyrich.cz/novinky/byznys/1621-je-cesko-rajem-sportovni-mody>

RADA EVROPY. 1996. *Revidovaná Evropská sociální charta* [online]. Rada Evropy [cit. 2016-01-26]. Dostupný z: [http://www.euroskop.cz/gallery/5/1684-b9639fb5\\_72e4\\_4560\\_9489\\_dc6ddba5a898.pdf](http://www.euroskop.cz/gallery/5/1684-b9639fb5_72e4_4560_9489_dc6ddba5a898.pdf)

RVC SPORTSWEAR. 2016. O firmě RVC sportswear [online]. *Webová prezentace*. RVC sportswear s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.rvc.cz/o-nas>

SCHENK, CHRISTOPHER. 2001. From Poverty Wages to a Living Wage. In: Social Justice Series [online]. *Research Paper*. CSJ Foundation for Research and Education [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: [http://www.csj.org.uk/pubs/From\\_Poverty\\_Wages\\_to\\_a\\_Living\\_Wage.pdf](http://www.csj.org.uk/pubs/From_Poverty_Wages_to_a_Living_Wage.pdf)

- 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.socialjustice.org/uploads/pubs/FromPovertyWagestoLivingWage.pdf>
- SIKDAR, MEHEDI HASAN; SARKAR, SUJAHANGIR KABIR; SADEKA, SUMAIYA. 2014. Socio-Economic Conditions of the Female Garment Workers in the capital City of Bangladesh [online]. *International Journal of Humanities and Social Science*. Vol. 4, No. 3. [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: [http://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_4\\_No\\_3\\_February\\_2014/17.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_4_No_3_February_2014/17.pdf)
- SILVINI. 2015. Příběh naší značky [online]. *Webová prezentace*. Silvini s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://www.silvini.cz/>
- SIMERSKÁ LENKA. 2015. Stitched up Czech Republic [online]. *National Research Report for 2015*. NaZemi [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: [http://www.nazemi.cz/sites/default/files/stitched\\_up\\_czech\\_republic\\_nazemi\\_ccc\\_2015.pdf](http://www.nazemi.cz/sites/default/files/stitched_up_czech_republic_nazemi_ccc_2015.pdf)
- STOTZ, LINA; KANE, GILLIAN. 2015. Facts on The Global Garment Industry [online]. *Global Garment Industry Factsheet*. Clean Clothes Campaign [cit. 2016-2-15]. Dostupné z: <http://www.cleanclothes.org/resources/publications/factsheets/general-factsheet-garment-industry-february-2015.pdf/view?searchterm=facts+on+the+global>
- SVĚTLUŠKA. 2012 – 2016. Běh podporují [online]. *Webová prezentace*. Světluška [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://praha.behprosvetlusu.cz/beh-podporuji>
- ŠENK, MICHAL. 2015. Alpine Pro plánuje ústup z Číny. Oblečení pro české sportovce na olympiádu v Riu bude vyrábět v tuzemsku [online]. *Online článek*. Hospodářské noviny [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://archiv.ihned.cz/c1-64964450-alpine-pro-planuje-ustup-z-ciny>
- ŠMÍDA, DAVID. 2012. O Horsefeathers s Hanušem Salzem [online]. *Online článek*. Freeride.cz [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.freeride.cz/snowboard/clanky/rozhovor/o-horsefeathers-s-hanusem-salzem--13498/>
- TAYAUOVA, GULZHANAT. 2012. Advantages and disadvantages of outsourcing: analysis of outsourcing practices of Kazakhstan banks [online]. *International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management*. Sci Verse ScienceDirect [cit.

2016-03-20].

Dostupný

z:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812009032>

THOBURN, JOHN. 2009. The Impact of World Recession on the Textile and Garment Industries of Asia [online]. *Research and statistics branch working paper17/2009*. United Nations Industrial Development Organization [cit. 2016-04-08]. Dostupný z: [https://www.unido.org/fileadmin/user\\_media/Publications/RSF\\_DPR/WP172009\\_Ebook.pdf](https://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/RSF_DPR/WP172009_Ebook.pdf)

TŮMA, ONDŘEJ. 2013a. Václav Hrbek: Dřív se dobré zboží prodávalo samo. Dnes už to bez drahých kampaní nejde [online]. *Online rozhovor*. Peníze.cz [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.penize.cz/podnikani/257254-vaclav-hrbek-driv-se-dobre-zbozi-prodavalo-samo-dnes-uz-to-bez-drahych-kampani-nejde>

TŮMA, ONDŘEJ. 2013b. Václav Hrbek: V Londýně jsme nechtěli zapadnout v šedivém průměru, riskli jsme holinky [online]. *Online rozhovor*. Peníze.cz [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.penize.cz/podnikani/257566-vaclav-hrbek-v-londyne-jsme-nechteli-zapadnout-v-sedivem-prumeru-riskli-jsme-holinky>

UN [UNITED NATIONS]. 2015. The Universal Declaration of Human Rights [online]. Declaration of UN. United Nations [cit. 2016-01-26]. Dostupné z: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html>

UNIVERSITY OF LONDON. 2014a. Surveying Informalised labour Conditions in India's Organised Garment Sector [online]. *Development Viewpoint*. Centre for Development Policy and Research, University of London [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: <https://www.soas.ac.uk/cdpr/publications/dv/file93801.pdf>

UNIVERSITY OF LONDON. 2014b. The Oppressive Labour Conditions of the Working Poor in the Peripheral sEgments of India's Garment Sector [online]. *Development Viewpoint*. Centre for Development Policy and Research, University of London [cit. 2016-03-20]. Dostupný z: <https://www.soas.ac.uk/cdpr/publications/dv/file93820.pdf>

VEČERKA, MARTIN. 2015. Pavel Kubíček z Horsefeathers o výrobě v Číně [online]. *Online článek*. Freeride.cz [cit. 2016-04-03]. Dostupný z: <http://www.freeride.cz/snowboard/clanky/rozhovor/pavel-kubicek-z-horsefeathers-o-vyrobe-v-cine--22539/>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015a. Úplný výpis z obchodního rejstříku ALPINE PRO, a.s., B 10224 vedená u městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=706358&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015b. Úplný výpis z obchodního rejstříku LP Komfort s.r.o., C 55269 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=432926&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015c. Úplný výpis z obchodního rejstříku DERMATEX, spol. s r.o., C1505 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=425494&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015d. Úplný výpis z obchodního rejstříku DIRECT ALPINE s.r.o., C 22127 vedená u Krajského soudu v Ústí nad Labem [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=23282&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015e. Úplný výpis z obchodního rejstříku ALTISPORT.CZ s.r.o., C 33251 vedená u Krajského soudu v Ústí nad Labem [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=715726&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015f. Úplný výpis z obchodního rejstříku Hannah Czech a.s., B 1141 vedená u Krajského soudu v Plzni [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=67177&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015g. Úplný výpis z obchodního rejstříku STIGMA DISTRIBUTION, s.r.o., C 8451 vedená u Krajského soudu v Plzni [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=156367&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015h. Úplný výpis z obchodního rejstříku HUMI OUTDOOR, s.r.o., C 44527 vedená u Městského soudu v Praze. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=475154&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015ch. Úplný výpis z obchodního rejstříku HUSKY CZ s.r.o., C 49748 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=482410&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015i. Úplný výpis z obchodního rejstříku JUREK S+R s.r.o., C 22353 vedená u Krajského soudu v Ostravě. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=232590&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015j. Úplný výpis z obchodního rejstříku PICCOLLO spol. s r.o., C 8789 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=564769&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015k. Úplný výpis z obchodního rejstříku HANZA SPORT plus, s.r.o., C 54119 vedená u Krajského soudu v Brně [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=622767&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015l. Úplný výpis z obchodního rejstříku NB Distribuce s.r.o., C 219840 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=318767&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015m. Úplný výpis z obchodního rejstříku DOS production, spol. s r.o., C 30782 vedená u Krajského soudu v Brně [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=579384&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015n. Úplný výpis z obchodního rejstříku Activet 365 s.r.o., C 86178 vedená u Krajského soudu v Brně [online]. *Webová*

*prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=884241&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015o. Úplný výpis z obchodního rejstříku PRIMA OUTDOOR, s.r.o., C 35319 vedená u Krajského soudu v Brně [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=599126&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015p. Úplný výpis z obchodního rejstříku RVC sportswear s.r.o., C 45579 vedená u Krajského soudu v Brně [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=615322&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015q. Úplný výpis z obchodního rejstříku ZOOKEE s.r.o., C 115886 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=302094&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015r. Úplný výpis z obchodního rejstříku SILVINI s.r.o., C 154066 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=367657&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015s. Úplný výpis z obchodního rejstříku Pavel Habětín s.r.o., C 81756 vedená u Městského soudu v Praze [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=547210&typ=UPLNY>

VEŘEJNÝ REJSTŘÍK A SBÍRKA LISTIN. 2012 – 2015t. Úplný výpis z obchodního rejstříku SUN SKI SPORT s.r.o., C 28776 vedená u Krajského soudu v Ostravě [online]. *Webová prezentace*. Ministerstvo spravedlnosti ČR [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=259154&typ=UPLNY>

WAGEINDICATOR.ORG. c2016. Wage in context [online]. *Webová prezentace*. Wageindicator.org [cit. 2016-04-11]. Dostupný z: <http://www.wageindicator.org/main/salary/wages-in-context>

WARMPEACE. 2015a. Historie [online]. *Webová prezentace*. Pavel Habětín s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.warmpeace.cz/www/historie.html>

WARMPEACE. 2015b. Warmpeace – Úvod [online]. *Webová prezentace*. Pavel Habětín s.r.o. [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: [http://www.warmpeace.cz/?action=XSLTEMPLATE&XSL=uvod\\_warmpeace.xsl](http://www.warmpeace.cz/?action=XSLTEMPLATE&XSL=uvod_warmpeace.xsl)

WOOX. 2011. Full kontakt [online]. *Webová prezentace*. Woot [cit. 2016-03-26]. Dostupný z: <http://www.woox.cz/clanky/to-jsme-my>

WTO [WORLD TRADE ORGANIZATION]. 2015. International Trade Statistics 2015 [online]. *World Trade Organization International Trade Statistics 2015*. World Trade Organization [cit. 2016-03-13]. Dostupné z: [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2015\\_e/its2015\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2015_e/its2015_e.pdf)

WTO [WORLD TRADE ORGANIZATION]. 2016. The Uruguay Round [online]. *Web presentation*. WTO [cit. 2016-04-09]. Dostupný z: [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/whatis\\_e/tif\\_e/fact5\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/fact5_e.htm)



## Příloha č. 1

### Dotazník pro oděvní společnosti

Následující dotazník slouží jako průzkum pro diplomovou práci „Koncept důstojné mzdy a české oděvní společnosti vyrábějící v rozvojových zemích“ na oboru Mezinárodní rozvojová studia na Přírodovědecké fakultě Univerzity Palackého v Olomouci. Získaná data budou použity výhradně pro potřeby diplomové práce, kde budou uvedeny společnosti, které byly v rámci průzkumu osloveny, výsledky však zůstanou anonymní a nebudou konkrétně popisovány u každé společnosti zvlášť. U většiny otázek vybíráte z předem daných možností. Prosím tedy o vyznačení Vašich odpovědí např. podržením, či barevným odlišením. Děkuji Vám.

#### **Základní informace**

- 1.1 Název společnosti:
- 1.2 Název oděvních značek či oděvní značky, kterou prodáváte (uved'te maximálně 3 nejdůležitější značky):
- 1.3 Kontaktní osoba + kontaktní údaj
- 1.4 Adresa společnosti v ČR:
- 1.5 Jaké zboží vaše společnost prodává (dle výše tržeb uveďte přibližná % ke každému typu zboží, tak aby dohromady dávala 100 %)?
  - a) Oblečení
  - b) Stany a spacáky
  - c) Boty
  - d) Jiné
- 1.6 Ve kterých zemích je vyráběno oděvní zboží, které prodává vaše firma? Vypište prosím a uveďte v procentech, jaký podíl zboží, který prodáváte, je v dané zemi vyroben (podíl zboží určete dle výše tržeb z jeho prodeje).
- 1.7 Kolik má vaše společnost zaměstnanců?
  - 1.7.1 Kolik zaměstnanců pracuje v ČR?
  - 1.7.2 Kolik zaměstnanců pracuje v zahraničí?
  - 1.7.3 Kolik zaměstnanců<sup>10</sup>, kteří se přímo podílí na výrobě oděvního zboží, které prodáváte, pracuje v ČR?
  - 1.7.4 Kolik zaměstnanců<sup>11</sup>, kteří se přímo podílí na výrobě oděvního zboží, které prodáváte, pracuje v jiných zemích než v ČR? Prosím vypište počty těchto zaměstnanců pro konkrétní země:
- 1.8 Dodavatelský řetězec:
  - 1.8.1 Kolik vlastníte v rozvojových zemích (tedy v zemích Asie, Latinské Ameriky nebo Afriky) výroben<sup>12</sup>, ve kterých se vyrábí vaše zboží?
  - 1.8.2 V kolika výrobnách v rozvojových zemích, se kterými spolupracujete, máte vlastnický podíl? (nepočítejte výroby, které jste zahrnuli do odpovědi na předchozí otázku 1.8.1)
  - 1.8.3 S kolika výrobnami v rozvojových zemích, které nevlastníte, ani v nich nemáte vlastnický podíl, aktuálně spolupracujete? (pozn.: aktuální spoluprací se rozumí to, že jste od nich za poslední rok alespoň jednou nakoupili zboží)
  - 1.8.4 S kolika zprostředkovateli<sup>13</sup> spolupracujete?

---

<sup>10</sup> Zaměstnanci se myslí, ti lidé, kteří pracují přímo ve výrobním provozu ve výrobnách, nejde o management, obchodní oddělení, oddělení PR a marketingu, finanční oddělení atd.

<sup>11</sup> Zaměstnanci se myslí, ti lidé, kteří pracují přímo ve výrobním provozu ve výrobnách, nejde o management, obchodní oddělení, oddělení PR a marketingu, finanční oddělení atd.

<sup>12</sup> Výrobnou se myslí místo, kde jsou vyráběny výrobky, které prodáváte.

<sup>13</sup> Zprostředkovatel – dodavatel, který je pouze zprostředkovatelem, nevlastní žádnou výrobnou, je pouze prostředníkem mezi výrobnou a vaší společností.

### **Důstojná mzda v dodavatelském řetězci**

- 2.1 Má vaše společnost etický kodex, který upravuje práva a povinnosti zaměstnanců a zaměstnavatelů pro vaši společnost, vámi vlastněné společnosti nebo pro vaše dodavatele (tedy alespoň pro 1 z uvedených kategorií)?
- a) Ano, upřesněte:  
b) Ne a nechystáme se jej v blízké době zavést (přeskočte na otázku 2.3).  
c) Ne a chystáme se jej zavést přibližně do ..... (uved'te prosím časový horizont)
- 2.1.2 Upravuje tento kodex i zajišťování důstojné mzdy?
- a) Ano  
b) Ne
- 
- 2.2 Je váš etický kodex závazný pro všechny dodavatele, se kterými spolupracujete?
- a) Ano  
b) Ne
- 
- 2.3 Máte stanoveno v jiných zakládajících dokumentech, že budete zajišťovat důstojnou mzdu?
- c) Ano. Specifikujte prosím v jakém: .....  
d) Ne.
- 
- 2.4 Zajímáte se o to, zda mají výrobní v rozvojových zemích, ve kterých se vyrábí zboží, které prodáváte, etický kodex?
- a) Ano  
b) Ne
- 
- 2.5 Dali byste při výběru dodavatele za jinak stejných okolností přednost tomu dodavateli, který má etický kodex, oproti tomu, který jej nemá?
- a) Ano  
b) Spíše ano  
c) Spíše ne  
d) Ne
- 
- 2.6 Mají zaměstnanci ve výrobních v rozvojových zemích, které vlastníte, máte v nich vlastnický podíl nebo s nimi spolupracujete, právo sdružovat se v odborech?
- a) V těch, které vlastníme
- i. Ano (uved'te počet výroben): .....  
ii. Ne (uved'te počet výroben): .....
- b) V těch, kde máme vlastnický podíl:
- i. Ano (uved'te počet výroben): .....  
ii. Ne (uved'te počet výroben):.....  
iii. Nevím (uved'te počet výroben):.....
- c) V těch, se kterými pracujeme:
- i. Ano (uved'te počet výroben): .....  
ii. Ne (uved'te počet výroben): .....  
iii. Nevím: ..... (uved'te počet výroben)

- 2.6.1 Jak často se odbory scházejí s vedením výroby ve výrobě, kterou vlastníte, máte v ní vlastnický podíl nebo s ní spolupracujete a zároveň je v ní kontakt odborů s vedením nejintenzivnější?
- a) 1 za měsíc  
b) 1 za 3 měsíce  
c) 1 za 6 měsíců  
d) 1 za rok  
e) Jiné (prosím specifikujte):  
f) Nevím
- 2.6.2 Zajímáte se o to, zda mají zaměstnanci v rozvojových zemích právo sdružovat se v odborech?
- a) Ano  
b) Ne
- 2.6.3 Dali byste při výběru dodavatele za jinak stejných okolností přednost tomu dodavateli, kde mají lidé právo na sdružování se v odborech?
- a) Ano  
b) Spíše ano  
c) Spíše ne  
d) Ne
- 

- 2.7 Je vaše společnost členem některé z následující iniciativy?
- a) Clean Clothes Campaign (CCC)  
b) Ethical Trade Initiative (ETI)  
c) Fair Wear Foundation (FWF)  
d) Fair Labor Association (FLA)  
e) Jiná (prosím specifikujte):  
f) Ne, ale chceme se zapojit (specifikujte, do které iniciativy):  
g) Ne, a ani se nechceme zapojit.
- 

- 2.8 Jsou členy některé z výše uvedených nebo jiných iniciativ i výroby v rozvojových zemích, ve kterých máte vlastnický podíl nebo se kterými spolupracujete?
- a) Ano  
b) Ne  
c) Nevím
- 2.8.1 Dali byste při výběru dodavatele za jinak stejných okolností přednost tomu dodavateli, který je členem některé z iniciativ?
- a) Ano  
b) Spíše ano  
c) Spíše ne  
d) Ne
- 

- 2.9 Plánujete v horizontu následujících pěti let zavést ve vaší společnosti tzv. důstojnou mzdu, která je definována jako: „Odměna, kterou obdrží zaměstnanec za standardní pracovní týden na určitém místě, který je dostatečný na to, aby zajistil důstojné podmínky života pro zaměstnance a jeho či její rodinu. Součástí důstojných životních podmínek jsou potrava, voda, bydlení, vzdělání, zdravotní péče, doprava, oblečení a ostatní základní potřeby zahrnující i náklady na neočekávané události.“?
- a) Ano  
b) Ne (přeskočte na otázku 2.9.3)  
c) Možná (přeskočte na otázku 2.9.2)

- 2.9.1 Z jakých důvodů jste se rozhodli důstojnou mzdu vyplácet? (můžete označit více možností)  
(po zodpovězení pokračujte na otázku 2.9.4)
- Altruismus – důstojná mzda pomůže lidem, zaměstnanci mají více disponibilního příjmu, tedy i lepší životní podmínky a psychický stav
  - Důstojná mzda přispívá k řešení chudoby a příjmové nerovnosti
  - Díky důstojné mzdě jsou zaměstnanci produktivnější a ve výrobnách se o práci ucházejí kvalifikovanější zaměstnanci
  - Společnost má lepší reputaci a pověst
  - Důstojná mzda sníží fluktuaci zaměstnanců, tzn. lidé tak často neopouštějí zaměstnání
  - Důstojná mzda uleví státnímu rozpočtu, protože stát již nemusí uvolňovat tolik peněz na podporu obyvatelstva
  - Důstojná mzda pomůže lokální ekonomice, protože lidé si mohou dovolit více nakupovat zboží a služby
  - jiný důvod: (prosím specifikujte)
- 2.9.2 Z jakých důvodů byste se rozhodli důstojnou mzdu vyplácet? (pokračujte na otázku 2.9.4)
- Altruismus – důstojná mzda pomůže lidem, zaměstnanci mají více disponibilního příjmu, tedy i lepší životní podmínky a psychický stav
  - Důstojná mzda přispívá k řešení chudoby a příjmové nerovnosti
  - Díky důstojné mzdě jsou zaměstnanci produktivnější a ve výrobnách se o práci ucházejí kvalifikovanější zaměstnanci
  - Společnost má lepší reputaci a pověst
  - Důstojná mzda sníží fluktuaci zaměstnanců, tzn. lidé tak často neopouštějí zaměstnání
  - Důstojná mzda uleví státnímu rozpočtu, protože stát již nemusí uvolňovat tolik peněz na podporu obyvatelstva
  - Důstojná mzda pomůže lokální ekonomice, protože lidé si mohou dovolit více nakupovat zboží a služby
  - jiný důvod: (prosím specifikujte)
- 2.9.3 Co Vás odrazuje od zavedení důstojné mzdy? Zvolte prosím tři možnosti, kterých se nejvíce obáváte.
- Obáváme se, že by zaměstnanci ztratili státní podporu (pokud nějakou pobírali)
  - Obáváme se stížností a negativního dopadu na ostatní zaměstnance – ti, kterým nebyla zvýšena mzda, mohou mít nižší produktivitu; zvýšené mzdy se mohou vyrovnat mzdám, které vydělávají zaměstnanci s větší odpovědností, tím pádem může dojít k požadavkům na zvýšení i ostatních mezd; pokud by bylo zvýšení mzdy financováno z mezd ostatních zaměstnanců, mohou si tito zaměstnanci stěžovat na pokles jejich mzdy
  - Obáváme se zvýšení cen výrobků, pokud by byl nárůst nákladů řešen navýšením cen zboží
  - Obáváme se snížení zisků společnosti, pokud by byl nárůst nákladů hrazen tímto způsobem
  - Obáváme se pravidelného upravování (tedy i možného zvyšování) mezd, ke kterému se poskytováním důstojné mzdy zavazujeme
- 2.9.4 Jak pokryjete / byste pokryli případný nárůst nákladů, abyste mohli zaplatit důstojnou mzdu?
- Snížením platů ostatních zaměstnanců nebo jejich propuštěním
  - Snížením zisků společnosti, tzn., že by se nárůst nákladů pokryl ze zisků společnosti
  - Zvýšením cen zboží, které vyrábíte, a tudíž by nárůst nákladů zaplatili spotřebitelé
  - Věříte, že by žádná z předchozích možností nebyla zapotřebí, protože zvýšením platů by byli zaměstnanci natolik motivováni k práci, že by se zvýšila jejich produktivita a tudíž by vyrobili více zboží než předtím a tento nárůst zisků by pokryl nárůst nákladů
  - Jiný způsob: (prosím specifikujte)

**Oděvní společnosti a jejich dodavatelé (dodavatel = výrobní, ve které nemáte žádný vlastnický podíl)**

- 3.1 Jak dlouho se současným(i) dodavatelem/dodavateli spolupracujete? K dané možnosti uveďte počet dodavatelů.
- a) Méně než 3 roky počet dodavatelů
  - b) Méně než 5 let počet dodavatelů
  - c) méně než 10 let počet dodavatelů
  - d) více než 10 let počet dodavatel
- 
- 3.2 Jak často obnovujete smlouvu se současnými dodavateli? Ke každé možnosti, která vám vyhovuje, uveďte počet dodavatelů
- a) Ještě jsme neobnovovali .....
  - b) Jednou za rok .....
  - c) Jednou za 2 roky .....
  - d) Jinak (specifikujte) ...
- 
- 3.3 Obsahují smlouvy s vašimi dodavateli i výši ohodnocení zaměstnanců? Pokud ano uveďte počet takových smluv.
- a) Ano .....
  - b) Ne (přejděte na otázku 3.4)
- 3.3.1 V jaké podobě je mzda v dané smlouvě/daných smlouvách upravena? Můžete zvolit více možností.
- a) Důstojná mzda
  - b) Minimální mzda
  - c) Hodinová mzda/mzda za vyrobený kus
  - d) Jiný způsob (Specifikujte prosím)
- 
- 3.4 Víte, jak vysoké mzdy zaměstnanci vyrobeni pobírají?
- a) Ano máme informace o mzdách ve všech výrobních (přejděte na otázku 3.4.2)
  - b) Ano ale ne ve všech výrobních
  - c) Ne
- 3.4.1 Zajímáte se o to, jak vysokou mzdu zaměstnanci pobírají?
- a) Ano
  - b) Ne
- 3.4.2 Dali byste při výběru dodavatele za jinak stejných okolností přednost tomu dodavateli, který platí zaměstnancům důstojnou mzdu?
- a) Ano
  - b) Spíše ano
  - c) Spíše ne
  - d) Ne
- 
- 3.5 Bývá předmětem jednání s dodavateli i problematika výše mezd, které jsou zaměstnancům výroben v rozvojových zemích placeny? K dané možnosti uveďte počet dodavatelů.
- a) Ano vždy .....
  - b) Ano ale velmi málo .....
  - c) Ne nikdy .....
  - d) Jiné .....

- 3.6 Byli byste ochotní odměňovat dodavatele, kteří platí svým zaměstnancům důstojnou mzdu?
- a) Ano
  - b) Ne

- 3.6.1 Jakým způsobem byste své dodavatele odměnili?
- a) exkluzivitou
  - b) Zaplatili byste dodavatelům více
  - c) Vytvořením akcí (např. za každou pátou objednávku zaplatíte více)
  - d) Vyráběli byste u daného dovozce více než u jiných
  - e) Jiné (specifikujte)

## Příloha č. 2

Doplňující otázky pro oděvní společnosti

1. Byl byste ochotný dohodnout se s dodavatelem na vyplácení důstojné mzdy, pokud by se k tomu zavázali všichni vaši konkurenti prostřednictvím společné dohody a za předpokladu, že je dohoda dodržována?
2. Byl byste ochotný dohodnout se s dodavatelem na vyplácení důstojné mzdy, pokud byste za to měli daňové úlevy, které by pokryly alespoň určité % nákladů, způsobené navýšením mezd na straně dodavatele?
  - a) Jak velké procento pokrytých nákladů by to muselo být? 100% nebo i méně, např. 50 %?
3. Byl byste ochotný dohodnout se s dodavatelem na vyplácení důstojné mzdy, pokud byste díky tomu měli výhodnější úvěry a půjčky od státu?
4. Pokud se změní preference zákazníků, a většina začne kupovat jen zboží, kde mají zaměstnanci dodavatelů garantovanou určitou mzdu, jaká bude vaše reakce?
5. Pokud by v Číně, ve kterém vyrábíte největší množství svého zboží, zavedli důstojnou mzdu na celostátní úrovni, která by byla právně vymahatelná, ponechali byste výrobu v této zemi za cenu vyšších nákladů na výrobu, ale ponechání kvality, nebo byste raději přesunuli výrobu do jiné země i za cenu nižší kvality? Pokud byste přesunuli výrobu, kterou zemi byste zvolili?