



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Ekonomická fakulta  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

## **Bakalářská práce**

# Fairtradový čaj na českém trhu

Vypracovala: Kateřina Rysová

Vedoucí práce: Ing. Hana Doležalová, Ph.D.

České Budějovice 2017

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kateřina RYSOVÁ**  
Osobní číslo: **E14287**  
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**  
Studijní obor: **Obchodní podnikání**  
Název tématu: **Fairtradový čaj na českém trhu**  
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

**Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :**

**Cíl práce:**

Vymezení produkčních standardů fair trade pro čaj a objemu dovozu fairtradového čaje do ČR. Šetření u dovozců a ve vybraných maloobchodních formátech za účelem identifikace dostupného obchodního sortimentu dané fairtradové komodity. Dotazníkové šetření zaměřené na spotřebitele.

**Metodický postup:**

1. Studium odborné literatury a zpracování literární rešerše
2. Zpracování dostupných internetových zdrojů
3. Šetření na úrovni obchodních subjektů
4. Dotazníkové spotřebitelské šetření
5. Formulace závěrů

**Rámcová osnova:**

1. Úvod
2. Literární rešerše
3. Cíle a metodika
4. Vlastní práce
5. Závěr
6. Seznam literatury
7. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Bačová, V. & Hejkrliková, K. (2010) *Základní kurz pro prodejce fair trade*. Praha: Ekumenická akademie.  
Explanatory document for the fairtrade standard for small producer organizations. (n.d.) Bonn: Fairtrade International.  
Fairtrade Standard for Tea for Small Producer Organizations and traders. (2011). Bonn: Fairtrade International.  
Fairtrade Standard for Tea for Hired Labour and Traders. (2011). Bonn: Fairtrade International.  
Hejkrlik, J. (2004) *Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice*. Praha: Asociace pro Fair Trade.  
Kotler, P., & Keller, L. K. (2007) *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada.  
Ransom, D. (2011) *Fair trade*. Brno: DOPLNĚK.  
Vyhláška č. 330/1997 Sb. pro čaj, kávu a kávoviny.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Hana Doležalová, Ph.D.**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **11. ledna 2016**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2017**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
L.S.  
STUDEŇSKÉ 13 (26)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 2. března 2016

## **Prohlášení**

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

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne .....

.....

Kateřina Rysová

## Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí práce Ing. Haně Doležalové, Ph.D. za její ochotu, připomínky, trpělivost a celé vedení mé práce. Dále bych chtěla poděkovat těm, kteří mi pomáhali a poskytovali potřebné informace. Díky patří samozřejmě i mé rodině a přátelům za neustálou podporu a trpělivost během celého studia.

## Obsah

1. Úvod.....	1
2. Literární rešerše .....	2
2.1 Čaj .....	2
2.1.1 Legislativní a normativní úprava.....	2
2.1.2 Základní charakteristika čaje .....	3
2.1.3 Účinky čaje .....	4
2.1.4 Čajová historie.....	4
2.1.5 Čajovník .....	5
2.1.6. Druhy čaje .....	7
2.1.7 Pěstování a sklizeň čajovníku.....	12
2.1.8 Technologie zpracování.....	14
2.1.9 Produkce čaje.....	17
2.2 Fair trade .....	34
2.2.1 Zahraniční obchod .....	34
2.2.2 Definice fair trade.....	34
2.2.3 Principy fair trade .....	35
2.2.4 Historie fair trade.....	37
2.2.5 Systémy fair trade obchodování .....	39
2.2.6 Fair tradové komodity .....	41
2.2.7 Prodej fairtradových produktů.....	42
2.2.8 Certifikace a Fairtrade standardy.....	45
2.3 Fairtradový čaj .....	48
2.3.1. Klíčové informace .....	48
2.3.2 Prodej fairtradového čaje.....	50
2.3.3 Fairtrade standardy pro čaj .....	51

3 Cíle a metodický postup .....	53
3.1 Cíle práce .....	53
3.2 Metodický postup.....	53
4 Praktická část .....	55
4.1 Dotazníkové šetření.....	55
4.1.1 Výsledky dotazníkového šetření.....	55
4.1.2 Shrnutí dotazníkového šetření .....	74
4.2 Šetření v rámci maloobchodních jednotek .....	76
4.2.1 Prodejny zdravé výživy .....	76
4.2.2 Obchodní řetězce .....	78
4.2.3 Shrnutí šetření.....	81
4.3 Zhodnocení hypotéz .....	82
5. Závěr .....	83
I. Summary and keywords.....	84
II. Seznam použitých zdrojů .....	85
III. Seznam použitých zkratk.....	90
IV. Seznam obrázků a tabulek .....	91
V. Seznam příloh.....	94

## 1. Úvod

Čaj je po vodě nejoblíbenějším nápojem na světě a provází nás každodenním životem. Někteří ho využívají jako osvěžující nápoj na zahánění žízně, jiní pro různé čajové obřady. Čaj má mnoho blahodárných účinků na lidský organismus. Pitím kvalitních čajů dokážeme lépe čelit problémům a stresům, dodá nám energii, pozvedne sebevědomí, slouží i jako prevence proti nejrůznějším nemocem. Označuje se také jako „nápoj setkání“, protože většina setkání s přáteli probíhá právě nad šálkem čaje. V dnešní době existuje mnoho různých druhů, forem a příchutí čaje, stačí si jen vybrat. Málokdo si však uvědomuje, za jakých podmínek se čaj pěstuje a jak jsou pěstitelé ve skutečnosti odměňováni.

Tito pěstitelé pocházejí z rozvojových zemí a často se potýkají s chudobou. Mají problém uživit své rodiny, a právě tato situace je často přivádí k tomu, že přistoupí i na nevýhodný obchod, jen aby své výrobky prodali. Dostanou tedy zaplacenou velmi nízkou sumu, která sotva pokryje jejich výrobní náklady. Na ochranu těchto pěstitelů vznikl systém fair trade, který dává těmto lidem možnost, aby se uživilí svou vlastní prací za důstojných podmínek. Dbá na to, aby dostali za svou práci spravedlivě zaplacenou, byla dodržována lidská i pracovní práva a vše se pěstovalo s ohledem na životní prostředí.

Myšlenka spravedlivého obchodu se poprvé objevila koncem čtyřicátých let 20. století ve Spojených státech. Na českém trhu jsou fairtradové výrobky k dostání od roku 1994, nicméně fairtradové potraviny se zde poprvé objevily až v roce 2004. V současné době si mohou spotřebitelé vybrat z široké nabídky fairtradových produktů. Zájem o tyto produkty každoročně stoupá, a to zejména díky tomu, že si spotřebitelé spojují tyto produkty s vyšší kvalitou a nákup fairtradových produktů považují za skvělou příležitost, jak pomoci pěstitelům v jejich tíživé situaci. Mezi nejprodávanější fairtradové produkty patří čaj, bavlna a již několik let si první příčku v oblíbenosti drží káva.

Cílem této práce je vymezení standardů pro pěstitele a obchodníky s čajem v rámci systému fair trade. Těmito standardy se musí řídit jednotlivé organizace, které se chtějí do tohoto systému zapojit. Práce se dále zabývá průzkumem nabízeného sortimentu u vybraných dovozců fairtradového čaje a v maloobchodních řetězcích. Na základě dotazníkového šetření je zkoumáno spotřebitelské chování při nákupu fairtradového čaje.



## 2. Literární řešerše

### 2.1 Čaj

#### 2.1.1 Legislativní a normativní úprava

V České republice je tato oblast upravena ve vyhlášce ministerstva zemědělství č.330/1997 Sb. o čaji, kávě a kávovinách. Tuto vyhlášku mění a doplňuje vyhláška 78/2003 Sb.

Dle této vyhlášky je čaj výrobek rostlinného původu, který slouží k přípravě nápoje určeného k přímé spotřebě, nebo nápoj připravený z tohoto výrobku:

- a)** čaj pravý – čaj vyrobený z výhonků, listů, pupenů, nebo jemných částí zdřevnatělých stonků čajovníku *Camellia sinensis*,
- b)** zelený čaj – čaj pravý, ve kterém neproběhla fermentace,
- c)** polofermentovaný čaj (oolong) – čaj pravý, ve kterém proběhla částečná fermentace,
- d)** černý čaj – čaj pravý, ve kterém proběhla plná fermentace,
- e)** čajový extrakt – výrobek získaný vodní extrakcí čaje sloužící po rozpuštění ve vodě k přípravě nápoje,
- f)** instantní čaj – výrobek, který obsahuje čajový extrakt a jiné složky, je určen k přípravě nápojů rozpuštěním ve vodě,
- g)** ovoněný čaj – čaj, který absorboval požadované vůně a pachy,
- h)** ochucený čaj – směs čaje pravého s ochucujícími částmi rostlin, jejichž obsah nepřesahuje 50 % hmotnosti směsi,
- i)** aromatizovaný čaj – obsahuje látky určené k aromatizaci,
- j)** bylinný čaj – čaj z částí bylin nebo jejich směsí nebo bylin s pravým čajem nebo jejich směsí s ovocem, obsah bylin musí činit minimálně 50 % hmotnosti,
- k)** ovocný čaj – čaj ze sušeného ovoce a částí sušených rostlin uvedených v příloze č. 2 vyhlášky 330/1997 Sb., podíl sušeného ovoce je vyšší než 50 % hmotnosti.

Tabulka 1 - Členění čaje na druhy a skupiny

Druh	Skupina
čaj pravý	zelený čaj
	polofermentovaný čaj
	černý čaj
ochucený čaj	
bylinný čaj	
ovocný čaj	
výrobky z čaje	čajový extrakt
	instantní čaj

Zdroj: [www.zakonypro lidi.cz](http://www.zakonypro lidi.cz)

Práce se dále věnuje pouze čaji pravému.

### 2.1.2 Základní charakteristika čaje

Čaj obsahuje mnoho látek, které ovlivňují jeho vůni, chuť i barvu:

- Vonné těkavé látky – tvoří pouze 0,01–0,05 % celkové hmotnosti čaje, ovlivňují však velmi zásadně vůni a chuť čaje;
- Katechinové polyfenoly – tvoří až 30 % suché hmotnosti a jsou často nesprávně nazývány taniny. Rozhodují o výsledné chuti a barvě čaje. Jsou velmi prospěšné lidskému zdraví, zejména v neoxidované formě mají preventivní účinek proti rakovinovým nádorům.
- Kofein – nazývaný také tein, je hlavní účinnou látkou v čaji. Jeho obsah v čaji může být až 7 %, nicméně většinou se pohybuje kolem 5 %. Z toho 10-15 % zůstane na listech a do nápoje se vůbec neuvolní. Během 30 sekund se uvolní až 80 % kofeinu. Je velmi prospěšný, povzbuzuje nervový systém, schopnost přemýšlet, zmírňuje únavu a nespavost, podporuje funkci ledvin, plic i srdce.
- Pryskyřičné látky – také ovlivňují chuť čaje a nepřímo i jeho vůni.
- Nerostné látky – draslík, zinek, měď, fluor, hliník, železo, fosfor, hořčík, sodík, mangan, fluor. Obsah těchto látek se mění podle druhu a místa, kde je rostlina pěstována.
- Vitamíny – zejména C, B1, B2, B5, B10, B12, K, P, E. Zelený čaj obsahuje mnohem větší množství těchto vitamínů než čaj černý.
- Vosky a cukry (Valter, 2000).

### 2.1.3 Účinky čaje

Čaj má mnoho blahodárných účinků na lidský organismus. Zmírňuje únavu, zvyšuje duševní i tělesnou činnost, posiluje paměť či zahání spánek. Působí preventivně proti nádorovým onemocněním, onemocnění srdce a cév, vývoje žaludečních vředů a rakoviny tlustého střeva a mnoho dalších.

- Černý čaj – oproti ostatním čajům, obsahuje více kofeinu. Mezi jeho účinky patří zlepšení nálady, snížení cholesterolu v krvi a tím snížení srdečních potíží, snižuje hladinu glukózy v krvi a je tak vhodný i pro diabetiky. Má pozitivní účinky na cévy a tím snižuje riziko vzniku aterosklerózy, srdečního infarktu a mozkové mrtvice. Snižuje výskyt zubního kazu (Chutný čaj.cz, 2008), (Kearney, 2012).
- Zelený čaj – snižuje výskyt nádorových onemocnění, udržuje imunitní systém, působí proti ztrátě vlasů. Je velmi užitečný při léčbě popálenin, otoků. Dále má pozitivní vliv na zuby, využívá se k redukci nadváhy a lze s ním nahradit žaludeční kapky. Zvyšuje dobrou náladu, dodá energii a mnoho dalšího (Arcimovičová, Valíček, 1998), (Gunpowder, 2011), (Chutný čaj.cz, 2008).
- Bílý čaj – je velmi bohatý na přírodní antioxidanty a zabraňuje předčasnému stárnutí, snižuje hladinu cholesterolu a vysoký krevní tlak, prospívá srdci, kostem, zažívání a podporuje imunitní systém. Významně se podílí na prevenci nádorových a srdečně-cévních onemocnění. Obsahuje nejméně kofeinu – cca 15 mg (černý čaj 40-60 mg, zelený čaj 20-30 mg). Snižuje výskyt paradontózy a usazování zubního plaku. Může být skvělým pomocníkem při snižování nadváhy. Využívá se v kosmetickém průmyslu, například jako součást pleťových krémů (Klímová, 2010).

### 2.1.4 Čajová historie

Podle legendy z roku 2337 př. n. l čaj objevil léčitel čínského císaře Šen-nunga, kterému náhodou do čisté vody spadly lístky ze stromu. Byl okouzlen vůní i povzbuzujícími účinky čaje a začal tak propagovat tento zázračný keř. K rozšíření čaje došlo v Číně nejvíce ve 4. a 5. století. Pěstoval se zejména na plantážích v údolí řeky Jang-c'-ťiang. Do 13. století byl zpracováván pouze zelený čaj, později se rozšířil i černý čaj a čaj aromatizovaný. Do Evropy se čaj dostal v 16. století. Nejdříve se rozšířil v Holandsku a odtud se dále rozšířil do Itálie, Francie, Německa a Portugalska. Z Číny do Ruska se čaj dopravoval karavany. Do Británie přivezli čaj Holanďané a stal se zde národním nápojem.

Portugalská princezna Kateřina, která se vdala za krále Karla II., zavedla u královského dvora čajovou kulturu (Gunpowder, 2011), (von Wachendorfová, 2007).

V České Republice se čaj objevil ve 30. letech 18. století. Český cestovatel Joem Hloch u nás v roce 1908 založil první japonskou čajovnu, v pražském Paláci Lucerna. Úspěšnost čajovny a velký zájem o čaj byl podnětem pro obchodníky, kteří se začali zabývat dovozem kvalitního čaje (Dědinová, 2011).

### **Původ názvu**

V dávných dobách se čaj nazýval „tu [tchu]“. Z tohoto názvu vniklo později „te [tche]“, ze kterého se vyvinulo anglické tea, německé tee a další. Druhým dřívějším názvem byl „jia [t'ia]“ z něhož se později stalo „ča [čcha]“, a díky tomu vznikl slovanský název „čaj“ (Čínský čaj.cz, n. d.).

*Obrázek 1 - Čínský znak pro čaj*



*Zdroj: [www.cinske-znaky.cz](http://www.cinske-znaky.cz)*

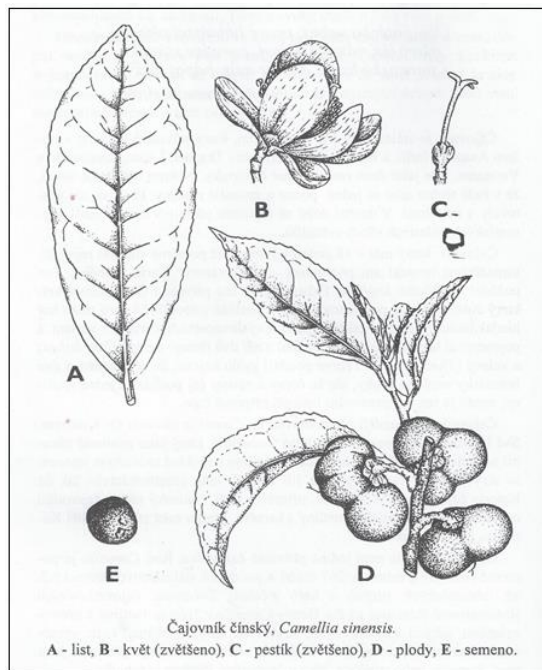
### **2.1.5 Čajovník**

Čajovník čínský (*Camellia sinensis*) je stálezelený keř nebo strom, původně pocházející z oblasti Assámu v Indii, z Barmy, jižní Číny, ale i Thajska, Laosu, Kambodže a Vietnamu. Dodnes na těchto místech ještě rostou plané čajovníky (Arcimovičová, Valíček, 1998).

Dorůstá do výšky od 2 do 15 metrů někdy i do 30 metrů. Čajovník pěstovaný na plantážích se ale udržuje ve výšce 1 – 1,2 metrů, a to z důvodu, že pak lépe obrůstá a je úrodnější. Dalším důvodem je, že tato výška je optimální pro sběrače čaje. Listy čajovníku jsou tmavě zelené, střídavé, vejčité a dlouhé až 12 cm. Jejich hlavním znakem je, že mají zubatý tvar. Mladé lístky mají na spodní straně chloupky, což jim dodává stříbřitě hedvábný lesk. Květy jsou bílo růžové barvy a vyrůstají na krátkých stopkách, jednotlivě nebo až po 4 pohromadě. Plodem čajovníku jsou vejčité, kožovité tobolky

dlouhé až 3 cm, které obsahují jedno až tři semena (Brzoňová, 2016), (Arcimovičová, Valíček, 1998), (Rohwer, 2006).

Obrázek 2 - Čajovník čínský



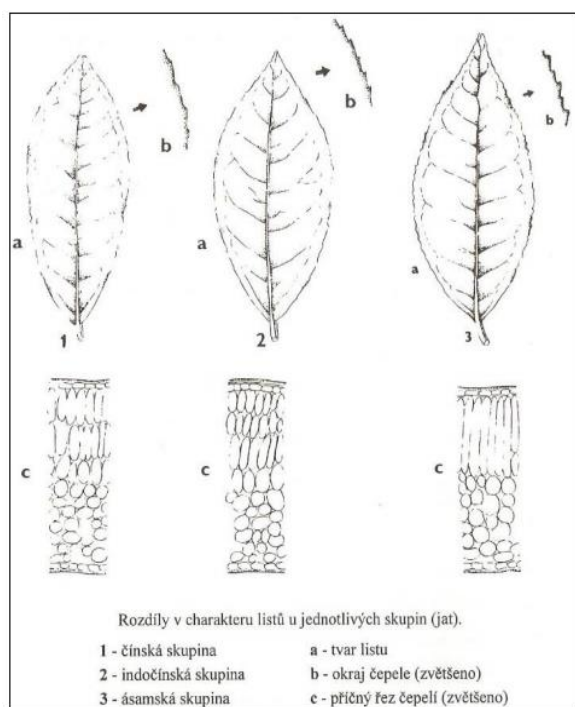
Zdroj: Arcimovičová, Valíček, 1998

Dle botanického hlediska rozeznáváme 3 základní skupiny čajovníků:

- 1) *Do čínské skupiny* se řadí subtropické čajovníky keřovitého vzrůstu do výšky 2-3 metrů. Listy jsou spíše menší, o velikosti 4-7 cm a tupě špičaté. Tyto čajovníky jsou velmi odolné a snesou teplotu až do  $-13\text{ }^{\circ}\text{C}$ , pokud je dostatečná sněhová pokrývka, tak i  $-25\text{ }^{\circ}\text{C}$ .
- 2) Čajovníky *skupiny assámské* jsou mohutnější stromy, dosahující výšky od 5 do 15 metrů. Listy jsou lesklé, dlouhé 15-20 cm a mají výraznou špičku. Assámské čajovníky snesou teplotu max. do  $-4\text{ }^{\circ}\text{C}$ .
- 3) *Indočínská skupina* je charakteristická nízkými, tropickými stromy, které dorůstají do výšky 5 metrů. Listy jsou lesklé a čepele nejsou zcela otevřené. Z těchto tří druhů čajovníků je tento nejméně rozšířen a používá se především ke křížení s ostatními druhy čajovníku.

V současnosti jsou pěstováni spíše kříženci původních rostlin, kteří poskytují sice větší výnosy, ale nedosahují tak vysoké jakosti, jakou měly původní rostliny (Arcimovičová, Valíček, 1998).

Obrázek 3 - Rozdíly v charakteru listů u jednotlivých skupin čajovníku



Zdroj: Arcimovičová, Valíček, 1998

### 2.1.6. Druhy čaje

Čaje lze rozdělit dle různých kritérií: dle technologie (černý, zelený, bílý, oolong atd.), dle země původu (indické, čínské, japonské, ceylonské a další), dle nadmořské výšky (nížinné, střední, vysokohorské), dle doby sběru (první sběr, druhý sběr, poslední sběr), dle kvality čajových listů (listový, zlomkový, čajová drť, čajový prach). Způsobů, jak rozdělit čaj je mnoho, ale dále budou konkrétněji uvedeny jen některé z nich.

#### a) dle technologie zpracování

##### Černý čaj

Po sklizni se suší 12-18 hodin, a následně dochází k plné oxidaci. Lístky tak změňi barvu na červeno-hnědou a získá i svou typickou chuť. Oxidace také prodlužuje trvanlivost čaje. V Asii je též známý jako čaj červený (Brzoňová, 2016), (von Wachendorfová, 2008).

##### Zelený čaj

Zelený čaj pochází z rostliny *Camellia Sinensis*, stejně jako čaj černý. Odlišují se od sebe zpracováním. Na rozdíl od černého čaje u něj neprobíhá fáze oxidace. Čerstvé lístky se po zavadnutí tepelně ošetří, a tím se zabrání následné oxidaci. Díky tomu si zachová svou zelenou barvu a má odlišnou chuť (Brzoňová, 2016).

## **Bílý čaj**

Dříve byl považován za vzácný a výjimečný a směli jej popíjet jen čínští císaři. Získává se z prvních čajových větviček, z horních nerozvinutých lístků. Tento čaj je po zavadnutí pouze sušen. Díky tomuto minimálnímu zpracování si tak zachová svou originální čistotu. Poupata čajových lístku se vyznačují krátkými býlími chloupky, které dodávají lístkům stříbřitý vzhled. Výluh má pak světlou nažloutlou barvu a jemnou chuť (Brzoňová, 2016).

## **Oolong**

Polofermentovaný neboli částečně oxidovaný čaj. V čínské čajové kultuře se užívá též označení čaje polozelený nebo žlutozelený. Lístky se nechají po sklizni zavadnout na slunci a začne tak mírná fermentace. Kvůli lepší fermentaci jsou střešány v bambusových koších, kde dojde k narušení okrajů lístků a začne unikat šťáva. Následně jsou lístky protřepány a střídavě se dosušují, až zežloutnou. Okraje lístků jsou díky oxidaci načervenalé. Po dvou hodinách mírného dosušování, jsou usušeny rychle. Oolongy je možné rozlišovat na více oxidované, málo oxidované apod. Obecně však stupeň oxidace dosahuje 8 % až 85 %. Chuť těchto čajů se liší v závislosti na pěstování či způsobu zpracování. Může být tedy sladká a ovocná s medovou vůní, osvěžující s květinovým aroma či hutná s dřevitými a praženými tóny, kdy získá až pečenou chuť. Výsledná barva nálevu je zelenohnědá (Brzoňová, 2016), (von Wachendorfová, 2007).

## **Pchu-er**

Zvláštní druh čaje, který se od ostatních druhů čaje odlišuje tím, že prochází procesem fermentace opakovaně. Lísty čaje jsou poměrně velké a čaj má výraznou zemitou vůni a chuť, která je tak specifická, že nemusí být každému příjemná. Prodává se ve formě sypané nebo lisované. U některých forem tohoto čaje je na povrchu lehký plísňový povlak (Brzoňová, 2016).

Obrázek 4 - Druhy čaje a jejich nálev



Zdroj: [www.want2net.com](http://www.want2net.com)

### Lisovaný

Čajové lístky se napěchují do forem a lisují do destiček různých tvarů. Pojidlem může být rýžová voda, která se někdy doplní plazmou z hovězí či ovčí krve. Na lisovaný čaj se využívají čaje horší kvality, proto obsahuje velké množství řapíků a větviček (Arcimovičová, Valíček, 1998).

Obrázek 5 - Lisovaný čaj



Zdroj: [www.cajtydne.cz](http://www.cajtydne.cz)

### Aromatizovaný

Čaj je aromatizován květy jasmínu, pomerančovníku, citroníku, magnolie, růže a dalších, které se rozprostřou v uzavřených místnostech a čaj jejich vůni vstřebává. Do čaje se také přidává například kůra pomeranče, nebo citronu, kousky plodů kiwi, banánu, malin apod. Lze použít i koření jako je zázvor, vanilka, hřebíček a další. Čaje se také aromatizují uměle, a to esencemi a éterickými oleji. Aromatické látky jsou rovnoměrně rozprášeny na čajové listy v bubnech, které se pomalu otáčejí. Čaj tak získá aroma například višňi, vanilky, citronu. Nejznámějším aromatizovaným čajem je Earl Grey, který je



aromatizovaný bergamotovou silicí, díky čemuž má zvláštní vůni a nahořklou chuť (Arcimovičová, Valíček, 1998), (Von Wachendorfová, 2007).

Obrázek 6 - Aromatizovaný čaj



Zdroj: [www.oxalis.cz](http://www.oxalis.cz); [www.tea-legends.cz](http://www.tea-legends.cz)

## b) dle kvality

Kvalita čaje závisí nejen na oblasti pěstování, odrůdě, ale i na správné a pečlivé sklizni. Velmi důležité je sklízet čaj v době kdy se listy čajovníku teprve rozvíjejí. Lístky na výhonku čajovníku jsou označovány postupně od vrcholového pupenu.

### ✦ Vrchol výhonku

Jde o tzv. tips, jsou to listové, rozvíjející se pupeny, které mají stříbřité bílé chloupky, při procesu fermentace<sup>1</sup> získávají zlatavou barvu. Je to nejkvalitnější a zároveň nejdražší část čajovníku (Mixtee.cz., n. d.).

### ✦ První list

První list je nejmladší a obsahuje nejvíce cenných látek. Nazývá se také jako orange pekoe (OP) a se zlatavými výhonky poskytuje nejlepší, chuťově nejvýraznější čaje.

### ✦ Druhý list

Poskytuje čaje střední kvality a je označováno jako pekoe (P).

---

<sup>1</sup> V literárních zdrojích často uváděno nepřesně. Označuje se též jako oxidace. Fermentace = aerobní nebo anaerobní proces, při němž díky aktivitě mikroorganismů dochází ke změně původní organické látky na jinou. Oxidace = soubor biochemických procesů, jejichž výsledkem je zvýšení počtu atomů kyslíku v cílové molekule.

### ✿ Třetí list

Jde o čaj horší kvality, obsahuje velké listy a množství stopek. Je označován jako pekoe souchong (PS).

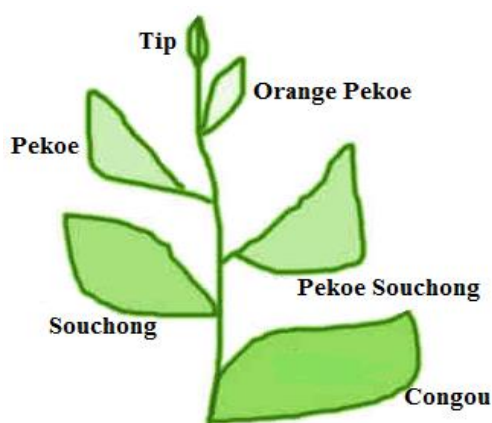
### ✿ Čtvrtý list

Čtvrtý list se označuje jako souchong.

### ✿ Pátý list

Nazývá se congou (C), spolu se souchongem dávají málo kvalitní čaje. Na náš trh se téměř nedostává. V některých oblastech severní Číny je ovšem slovem congou označován čaj vysoké kvality (Čajovna-shisha2, 2016).

Obrázek 7 - Pět čajových lístků



Zdroj: Vlastní zpracování

- **Listový čaj** – získává se při ortodoxním způsobu výroby, obsahuje větší množství lístků a tvoří okolo 2 % světové produkce. V listovém čaji jsou celé, téměř nepřelámané listy, které v sobě uchovávají nejvíce aromatických látek.

Dělení: <sup>2</sup>

- **G. T.** - Golden Tips – čaj z Darjeelingu a Assamu, který je bez chuti a má jen čisté tipy. Často se využívá k optickému vylepšení čajových směsí.
- **FTGFOP** – Fine Tippy Golden Flowery Orange Pekoe – vyrábí se zejména v Darjeelingu, nově také v Assamu. Jde o nejjemnější, špičkový druh výroby listového čaje, který je připravovaný se zvláštní péčí. Listy a tipy má rovnoměrné.

---

<sup>2</sup> Jedná se o klasifikaci u černých čajů

- **TGFOP** – Tippy Golden Flowery Orange Pekoe – hlavní druh čaje z Darjeelingu a Assamu, který obsahuje více kvalitních listů.
  - **GFOP** – Golden Flowery Orange Pekoe – špičkový druh čaje plantáží v Keni, které vyrábějí čaje s tipy a obsahuje více kvalitních tipsů.
  - **FOP** – Flowery Orange Pekoe – druhá sorta listového čaje v Assamu, Dooarsu a Bangladéši a špičkový druh čaje v Číně. Má dlouhé listy, málo tipů a je částečně dřevnatý. Nálev je světlý a aromatický.
  - **OP** – Orange Pekoe – hlavní druh čaje na Cejlonu a Jávě. Vyrábí se z tenkých, svinutých lístků.
- **Zlomkový čaj (Broken)** - výsledný nálev je vydatnější a silnější. Čajové lístky jsou rozlámány a tím po spaření snadněji uvolňují barviva a aromatické látky. Zlomkový čaj je označován písmenem „B“.
  - **Čajová drť (Fanings)** - drobné kousky čajových lístků, zpracovaných strojem, které propadnou jemným sítem. Vzniká zejména při zpracování metodou CTC.
  - **Čajový prach (Dust)** - jemné částičky, získané po prosítování velmi jemným sítem. Většinou se z nich vyrábí sáčkový čaj (von Wachendorfova, 2008).

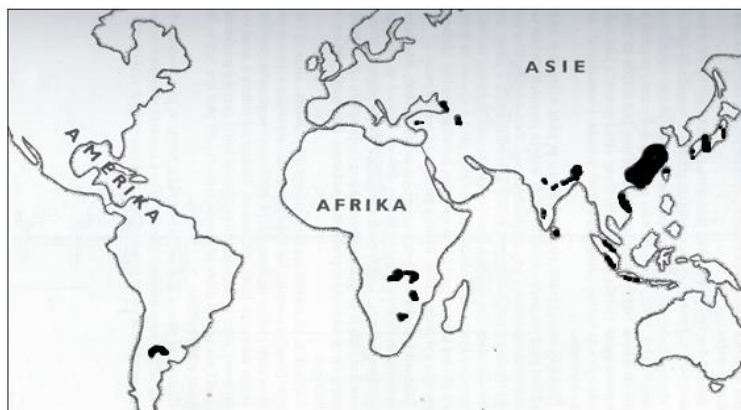
### 2.1.7 Pěstování a sklizeň čajovníku

Čajovník se pěstuje mezi 43. stupněm severní a 30. stupněm jižní šířky. Pro pěstování je nejlepší monzunové klima v subtropickém a tropickém pásu od hladiny moře až po nadmořské výšky kolem 2500 m. Čím vyšší nadmořská výška, tím je úroda menší, ale čaj je kvalitnější. Optimální teplota pro pěstování čajovníku čínského je 15-20 °C. Čajovník se pěstuje na čajových plantážích dvěma způsoby. Prvním způsobem je pěstování ze semen. Nevýhodou je, že semena brzy ztrácejí klíčivost a rostou pomaleji. Naopak výhodou je menší riziko přenosu nemocí. Druhým způsobem je pěstování formou řízků. Větvičky jsou zasazeny do záhonu. Půda by měla být lehká s příměsí písku a rašeliny. Po zakořenění jsou přesazeny pod velké čajovníky a jsou postupně zastříhávány. Sběr čaje je pak možný zhruba po 4 až 6 letech. Velmi důležitá je lidská práce, tedy jak bude o čajovník pečováno. Čajovník je velmi náročný na množství srážek. Pokud během roku nespadne dostatek srážek, je velmi důležité zavlažovat uměle. Za těchto podmínek pak dává užitek kolem 25 let, může se však dožít i sta a více let. Čajovník není náročný, co se půdy týče. Lze ho pěstovat na různých půdách, jako jsou

pisčité, hlinité, naplavené, těžké jílovité a další. Za nevhodnější se však považují hluboké hlinitopísčité půdy, které jsou bohaté na humus, draslík, fosfor a obsahují minimum vápníku (Čajovna.cz, 2016), (Arcimovičová, Valíček, 1998).

Čaj se pěstuje především v Asii, Africe a Jižní Americe: Číně, Indii, Bangladéši, Srí Lance, Indonésii, Keni, Malawi, Mozambiku, Rwandě, Tanzanii, Argentině a další (Kulveit, 2000).

*Obrázek 8 - Oblasti pěstování čajovníku*



*Zdroj: Arcimovičová, Valíček, 1998*

Sklizeň čaje by měla probíhat v době, kdy se mladé lístky začínají rozvíjet, protože jsou v této době nejkvalitnější. I přesto, že se produkce čaje neustále zvyšuje, jsou čajové lístky stále sbírány ručně, výjimkou je Japonsko a Rusko. Sbírají je především ženy, tzv. sběračky, které musí být zručné, zkušené, prosté voňavek a jiných pachů. Jedna sběračka, natrhá denně 30-35 kilogramů čerstvého čaje (Čajovna.cz, n. d.).

Výhonek a první dva lístky se uštipují na jakostní černé a zelené čaje. Na nejlepší a nejkvalitnější čaje se uštipuje pouze výhonek a přilehlý lístek a na oolong a Pchu-er lze použít všech 5 lístků (Thoma, Thoma, Thomová, 2002).

*Obrázek 9 - Sběr čajových listů*



*Zdroj: Arcimovičová, Valíček, 1998*

Lístky se trhají směrem dolů a poté dávají do koše, který si nosí každý trhač sám. Při trhání lze rozlišit čajové lístky na jemnou, střední a hrubou fleš. Čím je fleš jemnější, tím je čaj kvalitnější. Mladé čajové lístky mají světlé okraje a nazývají se „pupen“ neboli tip (Brzoňová, 2016).

*Tabulka 2 - Rozdělení čajových lístků dle fleše*

Jemná fleš	Listový pupen se dvěma lístky
Střední fleš	Listový pupen se třemi lístky
Hrubá fleš	Listový pupen se čtyřmi lístky

*Zdroj: vlastní zpracování*

Sběr se rozlišuje na kvalitu a kvantitu. Sběrání na kvalitu znamená, že se odlomí malý vrcholový ochmýřený bílý pupen, tzv. fleše a dva až tři nejmladší lístky. Velké listy jsou při zpracování polámané a vznikají z nich zlomkové čaje, které se používají do sáčků nebo ochucených směsí. Sklizeň probíhá 4 až 5x ročně. První dvě na přelomu března a dubna a za dalších šest týdnů jsou považovány za ty nejkvalitnější. Třetí sklizeň probíhá v době monzunových dešťů a je využívána k produkci zeleného čaje. V zimě jsou rostliny prořezávány a hnojeny. Tam, kde nejsou tak časté srážky, jsou sklizeň 15 až 30 x do roka. V jižní Indii, na Ceylonu a Jávě probíhá sklizeň v podstatě celý rok (Čajovna.cz, n. d.), (Bačová, V., & Hejkrliková, K., 2010).

## 2.1.8 Technologie zpracování

### Výroba černého čaje

Jednou z nejběžnějších metod výroby kvalitního čaje je tzv. ortodoxní metoda, od které se odvozuje mnoho výrobních procesů. Skládá se z 6 fází: sklizeň, zavadnutí listů, rolování, fermentace, sušení a třídění.

- **Sklizeň:** na kvalitu hotového čaje má podstatný vliv kvalita a sezóna sklizeň. Ve staré Číně sbíraly čajové listy mladé, nedotčené panny, které ustříhávaly zlatými nůžkami poslední nerozvinutý pupen a jeden připojený list. Sklizeň se nazývala „císařská“. Dnes se nejčastěji sbírá pupen se dvěma listy. Tento způsob sklizeň se nazývá P+2, neboli Pekoe+2. Existují i sklizeň P+3 a P+4, z nichž jsou čaje horší kvality (Valter, 2000).

- **Zavadnutí:** sebrané čajové listy se zváží a rozloží na sušící rámy, kde se listy zbaví až 35 % vody. Zavadnutí probíhá asi 10 hodin. Díky této fázi jsou listy vláčné a při rolování se nerozdrť. Rozlišují se 3 druhy zavadnutí: lehké, střední, těžké (Valter, 2000), (Čajovna.cz, n. d.).
- **Rolování:** zde se rozdrť buňky zavadlých listů, čímž se uvolní buněčná šťáva, která je velmi důležitá pro konečnou barvu a chuť čaje. Dle potřeby se rolování opakuje. Rozlišují se 3 druhy rolování: lehké, střední, těžké (Valter, 2000), (Čajovna.cz, n. d.).
- **Oxidace:** jedná se o biochemickou reakci, kde enzymy, které jsou uvolněné z buněk, způsobí vlivem kyslíku oxidaci. Oxidace probíhá 2-3 hodiny a lístky se postupně mění ze zelené barvy na hnědou a uvolňují se látky, které mají velký vliv na chuť čaje (Valter, 2000).
- **Sušení:** po fázi oxidace, jsou listy rychle usušeny, což trvá okolo 20 minut. Jsou využívány sušičky, které jsou vytápěny dřevem, a vzduch je ohřátý na 85 °C. Sušením se listy zbaví zbývající vody, částečně se vypaří většina aromatických látek, ale vzniknou jiné vonné a chuťové látky charakteristické pro hotový čaj. Při této fázi nesmí dojít k přehřátí či připálení, aby čaj nezískal nežádoucí vůni a chuť (Valter, 2000), (Čajovna.cz, n. d.).
- **Třídění:** je poslední fází a dochází zde k sítování a rozdělení na čaje listové, zlomkové a určené k dalšímu zpracování. Dříve se čaj balil do dřevěných beden s trojitou stěnou, které byly vyloženy hliníkovou fólií. Dnes jsou využívány spíše papírové pytle, které jsou uvnitř také potaženy hliníkovou fólií (Čajovna.cz, n. d.).

Mimo ortodoxní metody, existují ještě další dvě metody zpracování černého čaje, a to metody CTC a LTP.

- **Metoda CTC** – využívá se od 30. let 20. století a název vychází ze tří anglických slov: „crushing, tearing, curling“ neboli drcení, trhání, svinování. Listy se nejprve nechají zavadnout, poté se jednou svinou a následně je stroj roztrhá. Oproti klasickému způsobu jsou buněčné membrány v listech narušeny rychleji a důkladněji. Strojem projdou listy 3-4x a následně se oxidují. Výsledný produkt je složen převážně z čajové drti a prachu. Tato metoda se používá nejčastěji k výrobě sáčkového čaje. Čaj díky této metodě získá vyvážené chuťové vlastnosti, je silný a vydatný (Thoma, Thoma, Thomová, 2002), (von Wachendorfová, 2008).

- **Metoda LTP** – anglicky „Lawrie Tea Procesor“, je modernější metoda strojového zpracování. Listy jsou před oxidací za stálého vhánění studeného vzduchu rozkrájeny noži na čajovou drť. Drť je následně podrobena procesu oxidace, vysušena a dále zpracována na drť a prach. Používá se k výrobě sáčkového čaje (Thoma, Thoma, Thomová, 2002), (von Wachendorfová, 2008).

### **Výroba bílého čaje**

Pro výrobu bílých čajů se používají vrcholové, ještě nerozvinuté pupeny, které mají stříbřitě bílé chmýří. Díky tomu dostal název „bílý čaj“. S pupeny se sbírají i těsně přilehlé nedorostlé lístky. Při výrobě bílého čaje jsou sklizené listy bez jakéhokoli svinování rychle usušeny, ale bez toho, aniž by byly prudce zahřívány. Po sběru se pupeny a lístky nechají krátce zavadnout, a následně se přetřásají na plátech, čímž dojde k jejich lehkému pomačkání. Tímto dojde k narušení buněčné struktury a může proběhnout velmi slabá oxidace. Lístky nejsou svinovány a ani se nijak netvarují (Asianstyle.cz, 2012).

### **Výroba zeleného čaje**

Zelené čaje vybrané jakosti se stále pečlivě sklízají a zpracovávají ručně. Existují dvě metody tepelného ošetření, a to metoda čínská a japonská. Při použití metody čínské se čerstvé natrhané lístky nechají zavadnout na železné pánvi wok. Japonská metoda je naopak typická speciálními pecemi nebo dnes již více využívanými pohyblivými pásy. Tepelná úprava tedy probíhá oproti metodě čínské horkou párou. Díky tepelnému zpracování oběma způsoby dojde k deaktivaci enzymů v buňkách a nedojde tak k oxidaci. Poté se listy rozloží na bambusová plata a suší se. Během sušení se listy musí neustále obracet a načechrávat, poté se ručně svinují. Listy tak získají tmavě zelenou barvu. V poslední části výroby, jsou listy na sítích rozděleny dle velikosti (von Wachendorfová, 2008), (Oriental.cz, 2017).

### **Výroba oolongů**

Listy se pro výrobu oolongu sklízají až v jejich plné zralosti. Po sběru jsou listy vystaveny na rozdíl od ostatních čajů přímému působení slunečních paprsků. Poté se přesypou do velkých otočných bambusových bubnů, kde se listy protřepávají, a čaj začne oxidovat. Jedinečnost toho čaje spočívá v tom, že zoxidují pouze okraje čajových listů a zbytek si zachová přírodní polyfenoly. Oxidace je přerušena sušením ve chvíli, kdy okraje lístků zčervenají. Sušení probíhá za vyšších teplot, což způsobuje někdy až připečenou chuť (Oriental.cz, 2017), (Thoma, Thoma, Thomová, 2002).

Existují čtyři typy čaje oolong:

- **Pouchong** – fermentován z 12 %, má barvu podobnou mědi, ovocnou vůni a hořkosladkou chuť.
- **Zhen Cha (Čen Ča)** – má intenzivní ovocnou chuť a tmavý nálev. Listy jsou fermentovány až z 30 % a jsou pevně svinuté.
- **So Cha (So Ča)** – listy jsou fermentovány až z 50 % a pevně svinuté. Má sladké aroma.
- **Kao-Schan-Cha (Kao-Šan-Ča)** – fermentovaný až z 30 %, barva je zlatavá a vůně jemně trpká (Von Wachendorfová, 2007).

### Výroba tmavého čaje

Jedním z nejznámějších tmavých čajů je čaj Pchu-er, který pochází z čínské provincie Jü-nan. Tento čaj je velmi neobvyklý, protože prochází opakovanou fermentací. Prodává se buď sypaný v podobě lístků, ale častěji je však slisován do cihel, koláčků nebo misek. Po slisování je uskladněn na řadu let, i desetiletí. Čím déle se skladuje, tím získává více zatuchlé a zemité aroma. Postup výroby tohoto čaje je, však velmi střežený (Arcimovičová, Valíček, 1998), (Thoma, Thoma, Thomová, 2002).

Z pohledu oxidace existují dva základní druhy tohoto čaje:

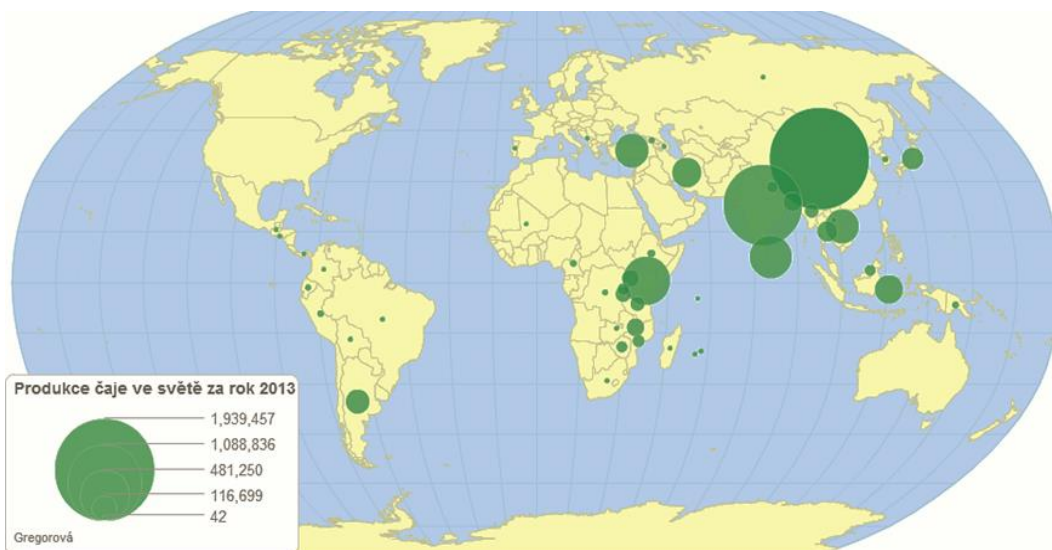
- Tmavý – Shu
- Zelený – Sheng (Taocajovna.cz, 2015).

### 2.1.9 Produkce čaje

V roce 2013 byli největšími producenty čaje Čína a Indie. Mezi další významné producenty lze zařadit Keňu, Srí Lanku, Vietnam, Turecko, Írán a Indonésii. Naopak nejmenšími producenty byli Ruská federace, Montenegro, Panama a Columbia.



Obrázek 10 - Přehled produkce čaje ve světě (2013)



Zdroj: [www.chartsbin.com](http://www.chartsbin.com)

Pro rok 2015 patří mezi TOP exportní trhy s čajem v hodnotovém vyjádření: Srí Lanka, Čína, Keňa, Indie, Spojené Arabské Emiráty a další.

Tabulka 3 - TOP 10 exportních zemí dle hodnoty (2015)

Pořadí	Země	Hodnota (v US \$)	Podíl na exportu (v %)
1.	Srí Lanka	1 220 000	18
2.	Čína	1 170 000	17
3.	Keňa	1150 000	17
4.	Indie	742 000	11
5.	SAE	351 900	5,1
6.	Německo	196 000	2,84
7.	Polsko	195 000	2,83
8.	Vietnam	190 000	2,75
9.	Spojené království	138 000	2
10.	Indonésie	128 000	1,8

Zdroj: [atlas.media.mit.edu](http://atlas.media.mit.edu) (vlastní grafické zpracování)

TOP importními trhy v hodnotovém vyjádření v roce 2015 byly: Rusko, Pákistán, USA, Spojené království, Egypt a další.

*Tabulka 4 - TOP 10 importních zemí dle hodnoty (2015)*

<b>Pořadí</b>	<b>Země</b>	<b>Hodnota (v US \$)</b>	<b>Podíl na importu (v %)</b>
<b>1.</b>	Rusko	599 000	8,7
<b>2.</b>	Pákistán	465 000	6,7
<b>3.</b>	USA	454 000	6,6
<b>4.</b>	Spojené království	392 000	5,7
<b>5.</b>	Egypt	287 000	4,2
<b>6.</b>	Saudská Arábie	264 000	3,8
<b>7.</b>	Írán	253 000	3,7
<b>8.</b>	Německo	223 000	3,2
<b>9.</b>	Maroko	201 000	2,9
<b>10.</b>	Japonsko, SAE, Francie	174 000	2,5

*Zdroj: atlas.media.mit.edu (vlastní grafické zpracování)*

Mezi TOP producenty v roce 2015 patřily: Čína, Indie, Keňa, Srí Lanka, Vietnam a další.

*Tabulka 5 - TOP 10 producentů čaje (2015)*

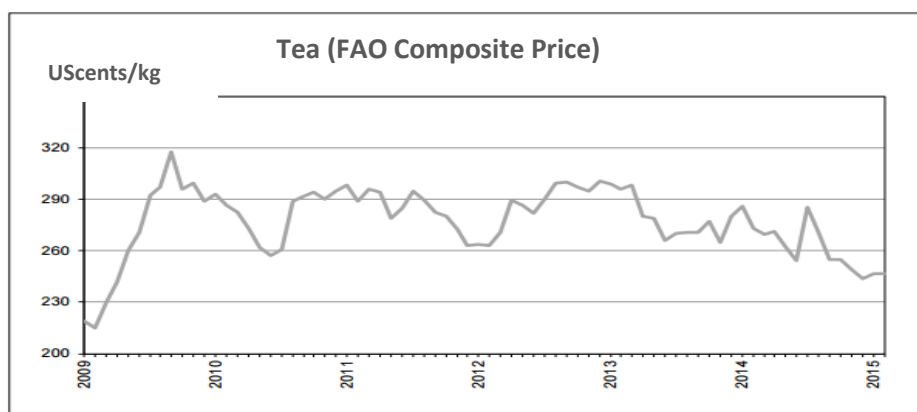
<b>Pořadí</b>	<b>Země</b>	<b>Hodnota (v tunách)</b>	<b>Podíl na produkci (v %)</b>
<b>1.</b>	Čína	2 110 770	38
<b>2.</b>	Indie	1 207 310	21,7
<b>3.</b>	Keňa	445 105	8
<b>4.</b>	Srí Lanka	338 032	6,1
<b>5.</b>	Vietnam	228 360	4,1
<b>6.</b>	Turecko	226 800	4
<b>7.</b>	Indonésie	154 400	2,8
<b>8.</b>	Írán	119 388	2,2
<b>9.</b>	Burma	98 600	1,8
<b>10.</b>	Argentina	85 401	1,5

*Zdroj: www.factfish.cz*

Světová produkce čaje (černý, zelený a instantní) se významně zvýšila o 6 % a to na 5,07 milionu tun. Produkce černého čaje vzrostla o 5,4 % a produkce zeleného čaje vzrostla o 5,1 %. Výhledy do roku 2023 naznačují, že světová produkce černého čaje se bude mírně v porovnání s předchozím desetiletím zvyšovat. Předpokládá se růst o 2,9 % ročně a do roku 2023 by se mělo dosáhnout produkce asi 4,17 milionu tun čaje. U zeleného čaje se očekává vyšší růst než u čaje černého a to o 8,2 %. Spotřeba černého čaj poroste o 3 % ročně a v roce 2023 by měla dosáhnout asi 14 milionu tun (Brzoňová, 2016).

Ceny čaje se neustále zvyšují, a to v řádu jednotek procent. Zvyšují se jednak z důvodu zvýšeného zájmu o čaj, ale i zvýšeného zájmu investorů o čaj jako komodity. V oblasti Darjeelingu mají vliv na cenu i jiné faktory jako je popularita a vysoká kvalita čaje z této oblasti. Vzhledem k tomu, že je zakázáno rozšiřovat plochu pěstování mají omezené možnosti na zvyšování produkce, a proto jsou nuceni zvýšit cenu (Klasek Tea, 2015).

Obrázek 11 - Vývoj ceny čaje dle FAO (2009-2015)



Zdroj: [www.fao.org](http://www.fao.org)

Dříve byl veškerý čaj prodáván na obchodní lodě, které jej přepravovaly do dané země a prodávaly se v dražbách. Mezi nejdůležitější místa čajových dražeb patří Srí Lanka, Severní Indie, Jižní Indie, Afrika, Indonésie a Bangladéš. Ceny čaje se do roku 2012 postupně zvyšovaly, v roce 2013 a 2014 však došlo ke snížení ceny vzhledem k oslabení cen čaje typu CTC, ceny čaje zpracovaného ortodoxním způsobem se však nadále zvyšovaly.

### **Prodej čaje v České republice**

Prodej čaje v České republice se v roce 2016 zvýšil o 1 % a dosáhl 2 mld. Kč. Vzrostla popularita bylinných čajů a čajů proti nachlazení či zlepšení trávení. V roce 2016

společnost Jacobs Douwe Egberts dosahovala 16% podílu na tržní hodnotě. Poté následovala Tata Global Beverages Česká republika s tržním podílem 13 %, Teekanne (11 %), Unilever (9 %) a společnost Mokate (7 %).

Do roku 2021 se očekávají ceny podobné jako v roce 2016. Hodnota prodeje bude dána zejména čajem na hubnutí, bylinným či různými léčivými čaji. U těchto čajů se očekává růst okolo 7 % (Euromonitor, 2017).

## **Produkční oblasti**

### **ASIE**

V této oblasti jsou navíc uvedeny nejznámější a nejvýznamnější druhy čaje pocházející z této oblasti.

#### **a) Čína**

Čína je považována za kolébkku čaje. Ve středověku byl čaj velice drahý a běžní lidé si ho nemohli dovolit. Postupem času se však situace změnila a dnes pijí čaj úplně všichni. Velkou oblibou se u Číňanů stalo pití zeleného čaje ze zavařovacích sklenic od kompotů. Do sklenice se nasype čaj, zalije horkou vodou, zašroubuje víčkem a lidé tak mohou pít čaj celý den, protože si dolévají jen horkou vodu. Nejvíce čaje se vypije v čajovnách, které jsou opravdu všude.

Čínských čajů existuje mnoho, uvedeme si, proto od každého druhu jen ty nejznámější:

#### **Černý čaj:**

- Čaj typu *Keemun* – čaj je tmavě oranžový až hnědo oranžový a má jemnou, exoticky květinovou, čokoládovitou vůni. Chuť je mírně natrpklá, jemná, lehce sladovitá a čokoládovitá. Pěstuje se v oblasti Anhui.
- Čaj typu *Yunnan* – čaj zlatooranžové barvy, lehce nahnědlé, který se pěstuje v oblasti Yunnan, jak již vyplývá z jeho názvu. Má sladkou medovitou až ovocnou vůni a hutnou, sladovitou, lehce natrpklou chuť.

#### **Zelený čaj:**

- Čaj *Lung Jing* – čaj svěží květinové vůně a nahořklé chuti, která se však na patře mění na sladkou. Je značně silný a stimulující, vhodný pro vícenásobné zalití.

- Čaj *Chun Mee* – vůně toho čaje je lehce nasládlá listová až ovocná. Má nahořklou a natrpklou chuť, která přechází v nasládlou.
- Čaj *Gunpowder* – pěstuje se v různých provinciích Číny. Je lehce sladké i nahořklé chuti, která je někdy i trochu kořeněná. Patří mezi nejběžnější zelené čaje.

#### **Bílý čaj:**

- *Yin Zhen* – nasládlá, jemná vůně, připomínající sušené hrušky, chuť je slabě nasládlá.
- *Pai Mu Tan* – velmi podobný čaji Yin Zhen, protože je to vedlejší produkt jeho sklizně. Má lehce bylinnou až nahořklou chuť a jeho vůně připomíná květ broskvoně.

#### **Částečně fermentovaný čaj (Oolong):**

Čínské oolongy se rozdělují do tří základních skupin dle fermentace:

- *Fermentované nad 40 %* - exotická, květinová vůně a chuť je mírně hořká, lehce nakyslá a lze cítit kávu. Na trhu jsou poměrně vzácné.
- *Fermentované nad 20 %* - existují 4 typy: TKYA, TKYB, TKYC, TKYD. Vůně a chuť se liší právě podle těchto typů. Na trhu jsou velmi rozšířeny.
- *Fermentované nad 10 %* - na trhu je nalezneme velmi zřídka. Mají svěží, intenzivní květinovou vůni a květinovou chuť.

#### **Čínský vícenásobně fermentovaný čaj (Pchu-er):**

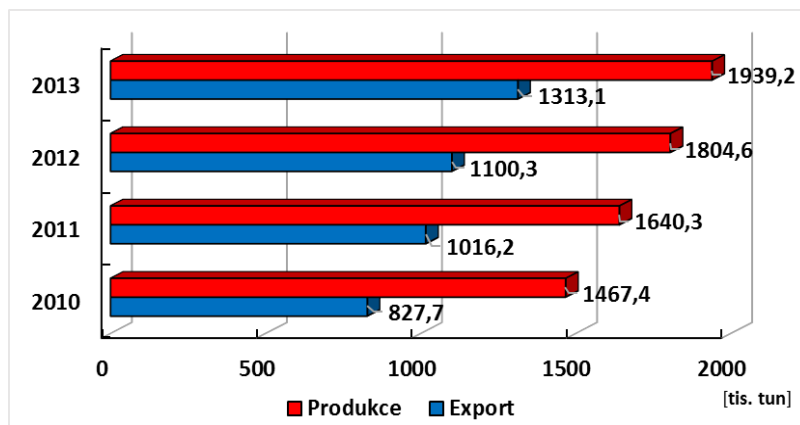
Čaje, které byly vícenásobně fermentovány za účasti bakterií a plísní, které jsou přirozeně na čajových listech. Na trhu je najdeme v sypané, listové i lisované formě. Dělí se na dvě skupiny: celolistové čaje a čaje lisované. Obě skupiny jsou si však velmi podobné. Mají zvláštní zemitou vůni a chuť je nahořklá a natrpklá.

- *Shu Pchu-er* – má výraznou a silnou chuť a ovocnou, ořechovou vůni. Pochází z provincie Yunnan (Valter, 2000), (Von Wachendorfová, 2007).

## Produkce a export čínského čaje

Export i objem vypěstovaného množství čaje se neustále zvyšuje. Produkce čaje z Číny tvoří až 38 % celosvětové produkce čaje a 80 % je určeno pro domácí trh. V roce 2013 dosahovala produkce 1 939 tisíc tun a export 1 313 tisíc tun.

Obrázek 12 - Produkce a export čaje v Číně (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

### b) Indie

V Indii se pěstuje čaj od 19. století. Patří mezi největší producenty a konzumenty čaje na světě a indické čaje patří mezi ty nejkvalitnější. Nejvýznamnějšími čajovými oblastmi Indie jsou Darjeeling, Assám, Nilgiri, Sikkim, Terai a Dooars (Svět čaje a kávy, 2012).

- **Darjeeling čaj**

Čaj se zde začal pěstovat v roce 1860. Město Darjeeling se rozkládá na úpatí Himalájí a jsou zde skvělé podmínky pro pěstování čaje. Často je tento čaj nazýván „šampaňským mezi čaji“. Nálev je světlé barvy a má jemnou květinovou chuť. Na trhu se nachází mnoho čajů s názvem Darjeeling, které však pocházejí z jiných oblastí. Z tohoto důvodu zavedla indická vláda ochrannou známku „Darjeeling Tea“, kterou jsou označovány všechna balení čaje z dané oblasti (Von Wachendorfová, 2007).

- Čaje z první sklizně (*first flush*) – sklizeň probíhá od března do května. Čaje z této sklizně jsou velmi citlivé na chybné sušení, které se pak projevuje karamelovou příchutí. Čaj z první sklizně má nahořklou, natrpklou chuť, výraznou květinovou vůni. Je svěží a středně povzbuzující.

- Čaje z druhé sklizně (*second flush*) – jemný, aromatický, ovocný a středně povzbudivý. Má ovocnou, oříškovou vůni a sladkou, lehce nahořklou, medovitou chuť. Sklizeň probíhá během května a června.
- Čaje ze třetí sklizně (*third flush*) – jemný, aromatický, středně povzbuzující. Má ovocnou, oříškovou, sladce kořeněnou vůni. Chuť je ovocná, medovitá až lehce nahořklá. Sklizeň probíhá v září a říjnu. Tyto čaje jsou poměrně vzácné (Valter, 2000).

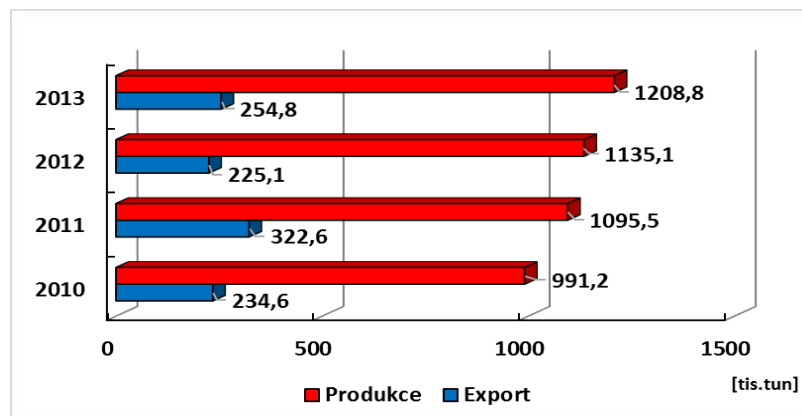
- **Čaj Assam**

V oblasti Assámu se nachází asi 200 čajových plantáží s nadmořskou výškou mezi 90-150 metry. Čaj je zde sklizen po celý rok, nicméně se rozlišují dvě tzv. „flavoury seasons“. První, sušší je od března do června a druhá od půli října do ledna. Vzhledem k velkému objemu produkce se zde využívá jak ortodoxní metoda, tak metoda CTC a jiné. Tyto čaje mají nasládlou zemitou chuť (Valter, 2000).

### Produkce a export indického čaje

Stejně jako u Číny se produkce čaje neustále zvyšuje. V roce 2013 dosahovala hodnoty 1208,8 tisíc tun čaje. Co se týče exportu tak ten zaznamenává od roku 1966 velké výkyvy. V roce 2013 dosahoval hodnoty 254,8 tisíc tun.

Obrázek 13 - Produkce a export čaje v Indii (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

### c) **Japonsko**

V Japonsku je čaj známý od 9. století. Nejlepší japonské čaje se pěstují v okolí města Uji, kde se poprvé začal čaj systematicky pěstovat. Vyrábí se zde pouze zelený čaj, který tvoří 98 % sklizně. Většina těchto čajů patří k typu „přírodní list“. Výjimkou je práškový čaj Matcha, který se používá při japonském čajovém obřadu.

Z první, jarní sklizně, která probíhá od konce dubna do poloviny května, pocházejí nejkvalitnější čaje. Druhá sklizeň od poloviny do konce května je považována za méně kvalitní a nejméně kvalitní je třetí sklizeň, která probíhá v červnu. Ceny čajů se tedy liší podle toho, z jaké sklizně čaj pochází. U japonských čajů platí, že čím je list tmavěji zelený, tím je jeho kvalita vyšší a s tím souvisí i jeho výraznější zelený nálev (Von Wachendorfová, 2007), (Valter, 2000).

Japonské čaje se dělí na tři základní typy:

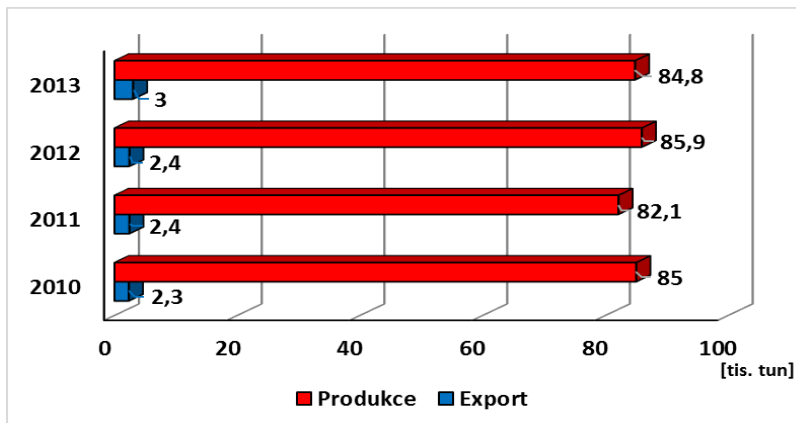
- *Bancha* – mírně aromatický a dosti povzbuzující čaj. Má jemnou, svěží, květinovou vůni a chuť je bylinná, připomínající trávu, lehce nahořklá, která pomalu sládně. I přesto, že to jsou levnější čaje běžné denní spotřeby, jsou velmi silné a povzbuzující. Některé druhy s horší kvalitou se praží, aby dostaly karamelovité aroma, někdy se přidává i pražená rýže.
- *Sencha* – dobré druhy tohoto čaje je možné louhovat i několikrát. Lepší druhy je vhodné louhovat při nižších teplotách a to okolo 65 °C. Má nasládlou květinovou vůni, lehce bylinnou. Chuť je plná, nasládlá, někdy až mandlovitá.
- *Gyukuro* – velmi jemný, aromatický, značně povzbuzující čaj, svěží nasládlé květinové vůně. Chuť tohoto čaje je plná, nasládlá, nesvíravá, ke konci může být lehce nahořklá. Dobré druhy se mohou zalít i několikrát. Někdy je nazýván jako „Perlová rosa“ a patří mezi nejjemnější a nejdražší japonské čaje. Pro výrobu jsou využity mladé lístky z první sklizně. Když vyrazí první pupeny, čajovníky se přikryjí rákosovými rohožemi a tmavými sítěmi. Díky tomu, že mají méně světla, obsahují méně tříslovin a mají tak jemnější chuť.
- *Matcha* – nejznámější, práškovitý japonský čaj, který vzniká tím, že se rozemelou listové části kvalitního čaje Gyukuro na jemný, světle zelený prášek. V Japonsku se pije při čajových obřadech (Valter, 2000).



## Produkce a export japonského čaje

Produkce japonského čaje je poměrně malá. Důvodem toho může být, že se Japonsko specializuje pouze na výrobu zeleného čaje. V roce 2013 činila produkce 84,8 tisíc tun čaje. Japonsko vyváží jen malou část své produkce a hodnoty exportu jsou tak velice nízké. V roce 2013 dosahoval hodnoty 3 tisíce tun a je nejvyšší za posledních 37 let.

Obrázek 14 - Produkce a export čaje v Japonsku (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

### d) Cejlon (Srí Lanka)

Na Srí Lance se čaj začal pěstovat před více než 100 lety. Před tím byla největším producentem kávy, ale kávovníky zničilo houbové onemocnění. Pro pěstování čajovníků jsou zde velmi příznivé podmínky. Ceylonský čaj se dělí na 3 skupiny dle nadmořské výšky: Low Grown, pěstovaný v nížinách do 600 metrů, Medium Grown, pěstovaný ve výšce od 600 metrů do 1200 metrů a High Grown, pěstovaný ve výšce nad 1200 metrů. Nejdůležitějšími oblastmi pro pěstování jsou: Nuwara Eliya, nejvýše položená pěstitelská oblast, ze které pocházejí ty nejjemnější čaje. Dalšími oblastmi jsou Dimbula a Uva.

Ceylonská produkce je specifická svým centrálním řízením, které upřednostňuje kvantitativně velkou produkci čaje průměrné až dobré kvality, oproti výrobě velmi kvalitních čajů. Z tohoto důvodu se ve všech továrnách využívá stejná metoda výroby a čaje si tak jsou velmi podobné. Rozdíly vznikají pouze díky sezónnosti a kvalitě sklizně (Von Wachendorfová, 2007), (Valter, 2000).

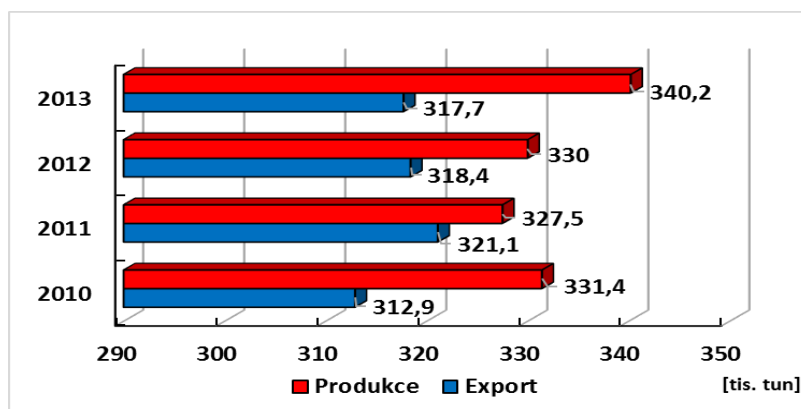
- *Ceylonské celolistové černé čaje* – řízné, aromatické a značně povzbuzující čaje, které mají svěží, plnou, lehce nahořklou, někdy kořeněnou chuť. Nálev je světle nažloutlé až hnědooranžové barvy, vůně sladce ovocná, až medovitá.

- *Ceylonské zlomkové čaje* – stejně jako celolistové čaje má jejich nálev nažloutlou až hnědooranžovou barvu. Vůně i chuť se také nijak neliší. Jsou vhodné pro ranní a dopolední popíjení.
- *Ceylonské černé čaje typu Fannings a Dust* – jsou to jemnozrné, na Srí Lance velmi oblíbené čaje. Na evropském trhu jsou však k vidění velmi zřídka. Mají ovocnou až medovitou vůni a hutnou, nahořklou, někdy kořeněnou až dřevitou chuť. Jsou to čaje velmi vydatné, aromatické a vhodné pro ranní a dopolední popíjení (Valter, 2000).

### Produkce a export ceylonského čaje

V roce 2013 činila produkce čaje 340, 23 tisíc tun čaje, což je dosud nejvyšší naměřená hodnota. Můžeme říci, že má produkce víceméně stoupající tendenci. Export činil v roce 2013 317,7 tisíc tun čaje.

Obrázek 15 - Produkce a export čaje na Ceylonu (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

#### e) Tchaj-wan (Formosa)

Na Tchaj-wanu se čaj pěstuje od roku 1870. Na plantážích jsou čajovníky jak čínské, tak assámské varianty. Polovina úrody je zpracována na černé, plně fermentované čaje, ale jejich kvalita je velmi malá. Specialitou tohoto ostrova jsou polofermentované čaje oolong (Valter, 2000), (Von Wachendorfová, 2007).

Rozlišují se dvě sklizně. První, jarní probíhá od konce dubna do začátku května a druhá od konce května do začátku června. Existuje také lednová sklizeň, z které pocházejí špičkové, speciální oolongy (Valter, 2000).

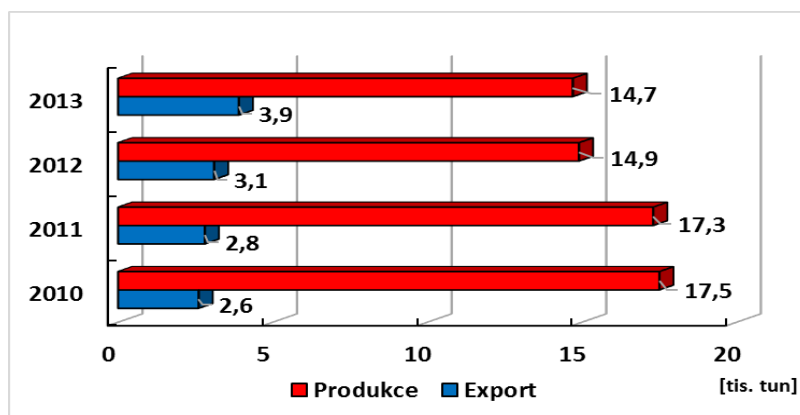
Tchaj-wanské oolongy se dělí na 4 skupiny dle stupně fermentace:

- *Oolongy fermentované nad 50-70 %* – na Tchaj-wanu se nazývají Bai Hao a jsou to nejjemnější a nejdražší čaje na světě. Mají velmi hladkou, lehce nahořklou a nakyslou chuť a ovocnou vůni.
- *Oolongy fermentované nad 40 %* – jsou to také velmi kvalitní čaje vysoké ceny. Vůně je sladce květinová a chuť sladká, někdy lehce kávovitá.
- *Oolongy fermentované nad 20 %* – jsou velice jemné a často výjimečné vonné. Špičkové čaje této skupiny jsou velice drahé, nebo nedostupné. Mají sladkou květinovou vůni i chuť.
- *Oolongy fermentované nad 10 %* – na trhu se nacházejí velmi zřídka. Nekvalitnější druhy se poznají podle toho, že mají v suchém stavu nejintenzivnější a nejpříjemnější vůni. Lze je louhovat několikrát.
- *Zakouřené čaje* – při jejich výrobě se používají pouze větší listy, které se po procesu fermentace a sušení za horka nakouří kouřem z borovicového dřeva (Valter, 2000).

### Produkce a export tchai-wanského čaje

Produkce tchai-wanského čaje je nejmenší z dosud vyjmenovaných producentů oblastí. V roce 2013 zde bylo vypěstováno 14,7 tisíc tun čaje, což je nejmenší množství vypěstovaného čaje za dobu, co se produkce sleduje. Produkce od roku 1994 do roku 2013 klesla o 40 %. V roce 2013 dosahoval export 3,9 tisíc tun čaje a činil tak 26,1 % celkové produkce.

Obrázek 16 - Produkce a export čaje na Tchaj-wanu (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

## f) Indonésie

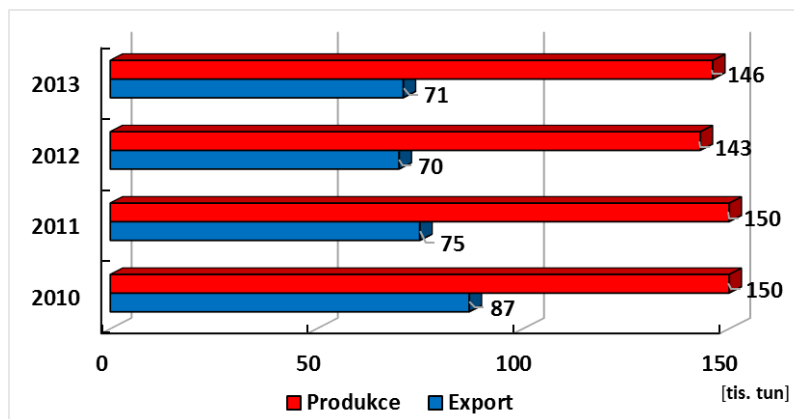
Do Indonésie přinesli pěstování a obchod s čajem Holanďané v 17. a 18. století. Před druhou světovou válkou byl na trhu s černým čajem její význam srovnatelný s Indií nebo Cejlonem. Produkce indonéského čaje se od roku 1984 díky obnově a zakládání plantáží opět zvyšuje.

Sopečná slaná půda a klima, které je nezvyklé pro pěstování čajovníku způsobuje, že není indonéský čaj příliš kvalitní. Nicméně kvalita díky místní vládě a nemalému úsilí, které je věnováno pěstování lépe přizpůsobených klonů, lepší dopravě a balení stoupá. Hlavní čajové oblasti leží na ostrovech Jáva a Sumatra. Indonésie je sedmý největší producent čaje na světě a 70 % čaje vyváží do Evropy, Austrálie, USA, Ruska a na Střední východ (Kulveit, 2000), (Jemča.cz, 2014).

### Produkce a export indonéského čaje

Produkce indického čaje od roku 2010 klesla o téměř 3 %. V roce 2013 se vyprodukovalo 146 000 tisíc tun čaje. Stejně jako produkce, klesá i export a v roce 2013 se vyexportovalo 71 000 tun čaje.

Obrázek 17 - Produkce a export čaje v Indonésii (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

## AFRIKA

S Čínou a Indií tvoří pomyslnou trojici top producentů čaje. Čajovníky se, zde pěstují od začátku 20. století.

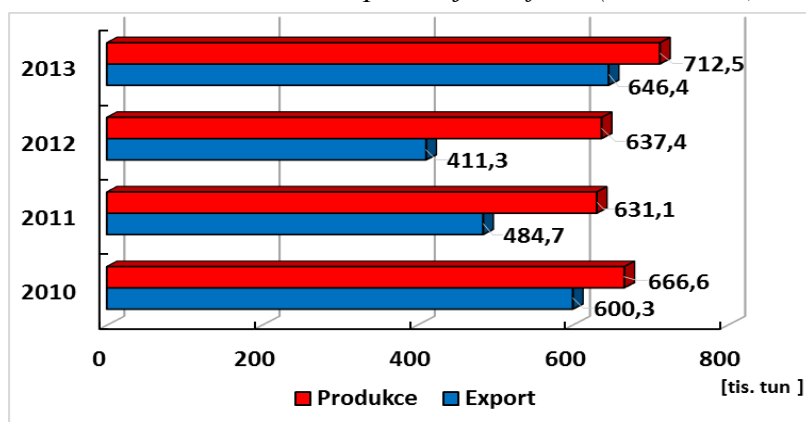
- Burundi – čajové zahrady se nacházejí v nadmořských výškách okolo 2000 metrů. Odsud pocházejí velmi kvalitní listové čaje.
- Kamerun – čajovníky se pěstují na svazích Kamerunské hory. Využívá se zde převážně metoda CTC.

- Keňa – díky příznivému podnebí probíhá sklizeň po celý rok, nicméně nejkvalitnější je sklizeň na přelomu ledna a února a pak v červenci. Je největším producentem čaje Afriky. Produkuje pouze černý čaj, zpracovaný metodou CTC.
- Malawi – čajovníky se pěstují na jihu země a většina vypěstovaného čaje je přidávána do čajových směsí.
- Mosambik – čajové zahrady leží v nadmořské výšce okolo 1000 metrů. Produkuje zlomkový čaj, který se přidává do směsí na výrobu sáčkového čaje.
- Rwanda – v 90. letech 20. století byly všechny plantáže i továrny na zpracování čaje zničeny. Později však byly obnoveny a modernizovány.
- Tanzanie – Čajové plantáže se rozkládají na severu a na jihu země v nadmořských výškách 1000 až 2000 metrů. Černý čaj je zpracováván metodou CTC.
- Zimbabwe – je zde jen několik čajových zahrad v nadmořských výškách od 1000 do 1400 metrů. Listy se požívají do směsí pro výrobu sáčkového čaje (Von Wachendorfová, 2007).

### Produkce a export čaje v Africe

Od roku 1961 se produkce čaje v Africe zvýšila o 92,1 %. V roce 2013 se zde vypěstovalo 712,5 tisíc tun čaje. Co se týče exportu, tak podobně jako produkce víceméně neustále roste. Nejvyšší nárůst byl v roce 2013 a zvýšil se přibližně o 36 % oproti předešlému roku.

Obrázek 18 - Produkce a export čaje v Africe (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

## JIŽNÍ AMERIKA

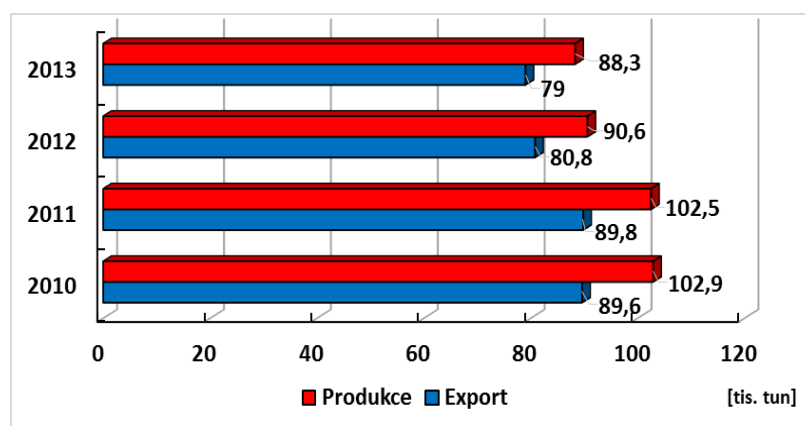
Celkově je velmi málo významným producentem čaje z hlediska kvality i kvantity. Sklizeně jsou prováděny stroji a probíhají poměrně často. Produkuje pouze černý čaj, který je zpracováván převážně metodou CTC a používá se pro přípravu čajových směsí a výrobu sáčkového nebo instantního čaje.

- Argentina – čaj se pěstuje v argentinských provinciích, jako jsou Chaco, Corrientes, Formosa, Misiones a Tucumán. V poslední době se zde začal vyrábět i čaj zelený.
- Ekvádor – v roce 1962 s pěstováním čajovníků poprvé začala společnost Sangay.
- Peru – první pokusy pěstování začaly v roce 1913, úspěch však přišel až v roce 1928. Čajovníky se pěstují v oblastech Cuzco a Huánuco (Čaj.cz, 2017), (Von Wachendorfová, 2007).

### Produkce a export čaje v Jižní Americe

V Jižní Americe činila produkce v roce 2013 88,3 tisíc tun čaje. Od roku 2011 poklesla o 11,6 %. Stejně jako produkce i export od roku 2011, kdy byla naměřena nejvyšší hodnota, klesá. V roce 2013 se vyexportovalo 79 tisíc tun čaje.

Obrázek 19 - Produkce a export čaje v Jižní Americe (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

## OCEÁNIE

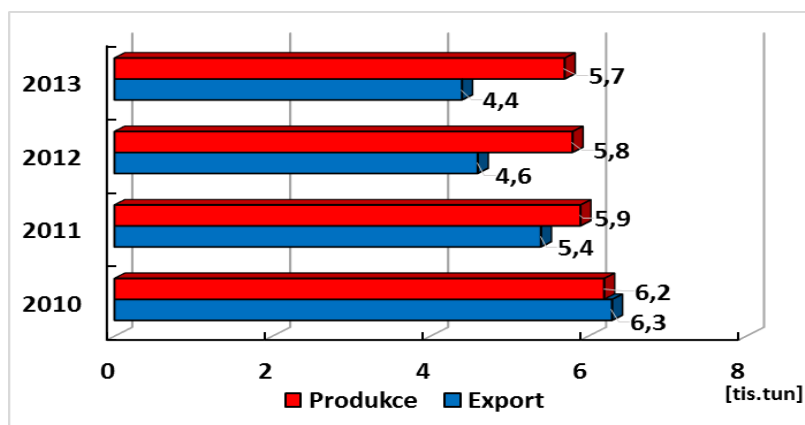
Nejjihněji položená oblast světa, kde se pěstuje čaj. Nejvýznamnějším producentem této oblasti je Papua – Nová Guinea, kde se produkuje výhradně černý čaj, zpracováváný metodou CTC. Sklizeně probíhají celoročně. Dalším významným producentem je

Austrálie, kde však nejsou příliš vhodné podmínky pro pěstování. Produkuje se zde spíše černý čaj, v malém množství i čaj zelený, který se zpracovává japonskou metodou (Čaj.cz, 2017).

### Produkce a export čaje v Oceánii

Jak je vidět z předešlých grafů, Oceánie má nejnižší hodnoty, co se týče produkce i exportu. Produkce i export čaje neustále klesají. V roce 2013 se vyprodukovalo 5,7 tisíc tun čaje a vyexportovalo 4,4 tisíc tun.

Obrázek 20 - Produkce a export čaje v Oceánii (2010-2013)



Zdroj: FAOSTAT (vlastní grafické zpracování)

### STŘEDNÍ VÝCHOD

Střední Východ tvoří Turecko, Írán, Rusko a kavkazská oblast Gruzie a Ázerbajdžánu. V Rusku v posledních letech produkce čaje upadá, a to jak z hlediska kvality, tak i kvantity. V Turecku je čaj pěstován v oblasti Rize při hranicích s Gruzií. Vyprodukovaný černý čaj, je určen spíše pro domácí spotřebu, export je jen v malém měřítku. Stejná situace je i v Íránu s rozdílem, že produkují spíše čaj zelený (Čaj.cz, 2017).

### Produkce a export čaje na Středním Východu

Nejvyšší nárůst produkce v Íránu od roku 1961 byl v roce 2007-2008, kdy dosahovala hodnoty 165, 7 tisíc tun čaje. V roce 2013 se vypěstovalo 116,8 tisíc tun čaje. Co se exportu týče, mezi lety 2005 a 2007 radikálně vzrostl o 83,6 %, nicméně rok na to klesl o 68,9 %. Od roku 1961 až 1996 nepřesahoval export 3 tisíce tun, v některých letech se dokonce neexportovalo vůbec. V roce 2013 se vyexportovalo 14,6 tisíc tun čaje.

V Rusku se produkce od roku 1994 stále snižuje, V roce 2013 se vypěstovalo 90 tisíc tun čaj, což je o 90 % méně než v roce 1994. Naopak export má tendenci růst. V roce 2013 se vyexportovalo 13,6 tisíc tun čaj.

V Turecku se nejvíce vypěstovalo v roce 2010 a to 235 tisíc tun čaje. Export od roku 2009 pozvolně klesá a v roce 2013 činil 212,4 tisíc tun.

Celkově tedy můžeme říci, že z těchto oblastí má Rusko nejnižší produkci čaje, naopak Turecko nejvyšší, které má zároveň nejnižší export. Nejvyššího exportu dosahuje Írán.



## 2.2 Fair trade

### 2.2.1 Zahraniční obchod

Zahraniční obchod je „*historicky nejstarší a nejrozšířenější formou vnějších hospodářských vztahů. Jde o část sféry oběhu zboží, která představuje směnu se zahraničím. Předmětem je nejen zboží, ale i různé služby a práva duševního vlastnictví. Má dvě stránky, dovoz a vývoz. Spojuje vnitřní hospodářství země se světovou ekonomikou a plní důležité funkce v procesu rozvoje výrobních sil a mezinárodní dělby práce*“ (Fojtíková, 2009).

Hlavním subjektem zahraničně obchodního vztahu z hlediska mikroekonomie jsou firmy realizující vývozy a dovozy zboží. Tyto vztahy reguluje stát. Zahraniční obchod hraje podstatnou roli v ekonomikách řady zemí. Míra závislosti na zahraničním obchodu se u jednotlivých zemí liší (Fojtíková, 2009).

Zahraniční obchod České republiky je po vstupu do Evropské unie souhrnem vnitroujního obchodu (tj. obchodu se členskými státy EU) a obchodu se státy mimo EU, tedy se zeměmi třetího světa.

Statistika zahraničního obchodu je založena na dvou systémech. První systém je založen na sběru dat systémem Intrastat, který sleduje pohyb zboží uvnitř Evropské unie, tedy jeho odeslání a přijetí do/ze států EU. Druhý systém je založen na využití některých údajů z Jednotných správních dokumentů pro Extrastat, který sleduje obchod s nečlenskými státy EU, tedy vývoz a dovoz zboží do/ze států mimo EU (Český statistický úřad, 2017).

### 2.2.2 Definice fair trade

Fair trade je spravedlivý obchod, který lidem ze zemí Afriky, Asie a Latinské Ameriky poskytuje možnost užít se vlastní prací za důstojných podmínek. Jejich plat je spravedlivý, pěstuje se s ohledem na životní prostředí a jejich děti mohou chodit do školy (Na Zemi, 2017).

Fairtrade je způsob obchodu, který dává pěstitelům, řemeslníkům a zaměstnancům ze zemí globálního Jihu možnost, aby se uživilí vlastní prací za důstojných podmínek. V rámci systému fair trade dostávají výrobci za svou práci výkupní cenu, která odpovídá nákladům na pěstování či výrobu, a umožňuje jim důstojné živobytí. Tento systém zaručuje férové obchodní podmínky, dodržování lidských a pracovních práv či šetrnost k životnímu prostředí (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017).

Fair trade je dle Šmajse, Binky a Rolného (2012) „*alternativní obchodní systém, jehož cílem je zlepšení možností a životních podmínek obyvatel v rozvojových zemích. Má nejen ekonomický, ale i sociální a ekologický rozměr. Podporuje férovější přístup k mezinárodnímu obchodu, kdy pěstitelé a výrobci z nejchudších zemí světa mají určitá zvýhodnění (vyšší výkupní ceny, dlouhodobější kontrakty, prémie na rozvoj místních komunit).*“

Bačová & Hejkrliková (2010), definují fair trade jako: „*obchodní partnerství, které je založené na dialogu, transparentnosti a respektu a které usiluje o spravedlnost v mezinárodním obchodě. Přispívá k udržitelnému rozvoji skrze lepší obchodní podmínky a zajištění sociálních práv pro znevýhodněné procent(k)y a pracovníky/ice – především z „Globálního Jihu“ - Afriky, Latinské Ameriky a jižní a jihovýchodní Asie. Organizace se angažují (společně se spotřebiteli/kami) v podpoře producentů/tek, v rozšiřování povědomí o fair trade a v pořádání kampaní za změnu pravidel a praktik konvenčního světového obchodu.*“

Důležité je umět odlišit fair trade a Fairtrade. Rozdíl je v tom, že fair trade označuje myšlenku nebo koncept spravedlivého obchodování obecně, popř. hnutí lidí, kteří jej podporují, ale Fairtrade (příp. FAIRTRADE) je název certifikace a ochranné známky, kterou vlastní organizace Fairtrade International. Mluvíme-li o certifikaci, vždy používáme formu „certifikace Fairtrade“ (NaZemi, 2017).

### 2.2.3 Principy fair trade

World Fair Trade Organization (Světová fairtradová organizace) vyvinula 10 principů, kterými se musí řídit její členské organizace:

#### **1) Vytváření příležitostí pro ekonomicky znevýhodněné pěstitele a výrobce**

Jedním z hlavních cílů je snižování chudoby a podpora malých znevýhodněných producentů, ať už jde o nezávislé rodinné firmy či producenty seskupených v asociacích nebo družstvech. Organizace musí mít plán, kterým dosáhne ekonomické soběstačnosti a vlastnictví.

#### **2) Transparentnost a odpovědnost**

Organizace nese odpovědnost vůči všem zainteresovaným subjektům a respektuje citlivost a důvěrnost poskytnutých obchodních informací. Dále se snaží zapojovat zaměstnance, členy a výrobce do procesu rozhodování. Všem svým obchodním

partnerům dává jistotu, že jim poskytuje relevantní informace. Na všech úrovních dodavatelského řetězce probíhá dobrá a otevřená komunikace.

### **3) Férové obchodní praktiky**

Organizace se nesnaží maximalizovat svůj zisk na účet znevýhodněných malých výrobců, ale obchoduje s ohledem na sociální, ekonomický a environmentální přínos pro tyto výrobce. Plní včas své závazky a dodavatelé respektují smlouvy a dodávají produkty včas i v požadované kvalitě. Pokud fairtradoví dodavatelé ze zemí globálního Jihu obdrží od svých odběratelů platbu předem, předají ji výrobcům a pěstitelům, od nichž fairtradové produkty pocházejí. V případě zrušení objednávky, kdy chyba není na vině výrobce či dodavatele, je za již odvedenou práci zajištěna adekvátní kompenzace. Dlouhodobé vztahy jsou založeny na důvěře, solidaritě a vzájemném respektu. Organizace spolupracuje s jinými fairtradovými organizacemi v zemi a vyvaruje se nekalé soutěže.

### **4) Vyplácení férové ceny**

Férová cena zajišťuje výrobcům spravedlivou odměnu a je to cena dojednaná a odsouhlasena ve vzájemném dialogu. Je to sociálně přijatelná odměna, kterou považují sami výrobci za spravedlivou. Tato cena je založena na principu rovného odměňování za stejnou práci žen i mužů.

### **5) Vyloučení dětské a nucené práce**

Organizace se řídí Úmluvou OSN o právech dítěte a národními či místními zákony o zaměstnávání dětí. Organizace zaručuje, že zaměstnanci, členové či řemeslníci pracující doma nejsou k práci nuceni. Pokud se prokáže zapojení dětí do výroby fairtradových produktů, dojde k oznámení a monitorování. Zajišťuje se také, aby práce neohrožovala jejich zdraví, bezpečnost, vzdělávání a potřebu si hrát.

### **6) Nediskriminace, rovnost příležitostí, podpora ekonomické soběstačnosti žen a svoboda shromažďování**

Při výběru zaměstnanců, výši mezd, přístupu ke školení, propagaci, výpovědích či odchodech do důchodu je vyloučena veškerá diskriminace, ať už na základě rasy, národnosti, náboženství, věku, pohlaví, sexuální orientace, členství v odborech, apod. Organizace také zajišťuje rovnoprávnost mužů a žen ve všech směrech a zohledňuje specifické zdravotní a bezpečnostní potřeby těhotných a kojících matek.

### **7) Dobré pracovní podmínky**

Organizace poskytuje svým zaměstnancům a členům bezpečné a zdravé pracovní prostředí. Pracovní doba a pracovní podmínky pro zaměstnance a členy (případně zaměstnance pracující doma) jsou v souladu s národními a místními zákony a úmluvami ILO.

### **8) Budování kapacit**

Organizace prostřednictvím fair trade usiluje o zlepšení situace malých, znevýhodněných výrobců. Snaží se rozvíjet schopnosti a dovednosti svých zaměstnanců či členů. Pomáhá jim zlepšit manažerské dovednosti, výrobní možnosti a získat tak lepší přístup na trh místní, regionální, mezinárodní, fair trade i běžný trh.

### **9) Propagace fair trade**

Prostřednictvím fair trade organizace usiluje o zvýšení povědomí o cílech fair trade a potřebě větší spravedlnosti ve světovém obchodě. Zákazníci jsou informováni o organizaci, produktech, které prodává a výrobních organizací, či členech, kteří produkty vyrábí nebo sklízí plodiny.

### **10) Ochrana životního prostředí**

Organizace, které vyrábějí fairtradové produkty používají výrobní technologie snižující spotřebu energie. Snaží se maximálně snížit vliv na životní prostředí. Pěstitelé používají ekologicky šetrné metody produkce a pesticidy využívají v co nejmenším množství. Odběratelé a dovozci fairtradových výrobků dávají přednost produktům, které jsou vyrobeny ze surovin pocházejících z udržitelných zdrojů. Všechny organizace používají recyklované obaly, a pokud je to možné, dopravují zboží po moři (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017), (World Fair Trade Organization, 2014).

## **2.2.4 Historie fair trade**

Myšlenka spravedlivého obchodu s třetími zeměmi se objevila koncem čtyřicátých let 20. století ve Spojených státech. V Evropě se rozvíjí koncem 50. let. V Nizozemsku v roce 1959 byla založena organizace SOS, která prodávala produkty pocházející z rozvojových zemí za lepších podmínek.

Na konferenci Spojených národů o obchodu a rozvoji v roce 1964 byla přijata nová koncepce rozvojové pomoci a heslo „Trade, not aid“ neboli „Obchod, ne pomoc“, se stalo principem fair trade.

V roce 1969 byl v Nizozemsku ve městě Breukelen otevřen první „světový obchůdek“, specializovaný na prodej rukodělných výrobků od producentů z rozvojových zemí.

V první polovině osmdesátých let na burzách prudce klesly ceny komodit a mnoho drobných pěstitelů v rozvojovém světě se ocitlo v zoufalé situaci. Díky zemědělcům z mexického Chiapas v roce 1986, kteří žádali holandskou nevládní organizaci Solidaridad o podporu při prodeji jejich kávy tato organizace přistoupila k udělování certifikací.

O dva roky později vznikla značka Max Havelaar s logem, které garantuje, že takto označené produkty vznikly v souladu s fair trade.

Vzhledem k potřebě jednotné koncepce rozvoje pro usnadnění mezinárodní spolupráce byla v roce 1989 založena mezinárodní organizace pro fair trade IFAT<sup>3</sup>. O rok později vzniká asociace EFTA (European Fair Trade Association). EFTA je zastřešující organizace 11 velkých fair trade organizací z devíti zemí se sídlem v Nizozemsku. V roce 1994 založilo 15 evropských sítí světových obchůdků sdružení NEWS (Network of European World Shops) a za další 3 roky vznikl mezinárodní subjekt FLO (Fairtrade Labelling Organizations International), který má své vlastní standardy a národní certifikační iniciativy.

### **Česká republika**

V České republice se o fair trade začíná mluvit v polovině 90. let díky iniciátorce Věře Lukášové, která se nechala inspirovat podobným obchůdkem v Německu. V roce 2003 proběhl první seminář na téma fair trade, který pořádala Ekumenická Akademie Praha. V tomtéž roce vznikla také Společnost pro Fair Trade a rozvojové vzdělávání v Brně, jejímž cílem byla podpora fair trade skrz osvětu a vzdělávání. Vzniklo také první prodejní místo NaZemi.

V roce 2004 byla založena Asociace pro fair trade<sup>4</sup>, a do České republiky se dostávají první fairtradové potraviny. V roce 2009 se stala Asociace tzv. Fairtrade Marketing Organization (FMO) a jakožto smluvní partner FLO dohlíží na používání známky Fairtrade® v České republice, schvaluje její použití při výrobě propagačních materiálů a zajišťuje její propagaci.

---

<sup>3</sup> Nyní WFTO

<sup>4</sup> Nyní Fairtrade Česko a Slovensko, v práci je dále používán pouze tento název

Postupem času se fairtradové produkty neobjevují pouze ve specializovaných obchodech či bioprodejnách, ale i v obchodních řetězcích. V roce 2006 uvedl Marks&Spencer na český trh fairtradové výrobky, především, kávu, čaj, čokoládu a bavlněné výrobky. Dále se přidává DM Drogerie, Makro, Globus, InterSpar a Tesco.

V roce 2008 vznikla v České republice pražirna Mamacoffee s.r.o. jakožto první zpracovatel certifikované Fairtrade® kávy (Bačová & Hejkrliková, 2010), (NaZemi, 2010).

### 2.2.5 Systémy fair trade obchodování

Fair tradové výrobky a produkty jsou na trhu prodávány dvěma způsoby. Prvním je tradiční integrovaný způsob, kdy specializované fair trade organizace vyrábějí, dovážejí nebo distribuují zboží. Druhým způsobem je certifikace a používání ochranné známky. Zboží je certifikováno nezávislou třetí organizací, která garantuje, že jsou v produkčním a obchodním řetězu dodržovány fair trade standardy stanovené organizací FLO (Bačová & Hejkrliková, 2010).

#### **World Fair Trade Organization (WFTO)**

Světová fair trade organizace je mezinárodní systém, který zahrnuje přes 300 členských organizací ve více než 70 zemích světa. Prostřednictvím komise vytváří standardy, které každoročně schvaluje valná hromada. WFTO vytvořila 10 mezinárodních standardů, které jsou doprovázeny měřitelnými indikátory a kritérii. Pokud dojde k dodržení všech standardů, mohou členové používat známku Fairtradové organizace (logo WFTO). Pro zajištění shody s těmito standardy vznikl třívrstvý monitorovací systém, který spočívá v dvouletém sebehodnocení, referencí partnerů a náhodných externích kontrol.

Důležité je také zmínit, že WFTO je zastřešující organizace, podílí se na vytváření standardů, ale necertifikuje jednotlivé produkty. Proto jejich ochrannou známku na žádném obale nenalezneme. Nicméně mají v plánu v budoucnu certifikace udělovat, protože chtějí zvýšit garanci fair trade zákazníkům (Bačová & Hejkrliková, 2010), (World Fair Trade Organization, 2014).

Obrázek 21 – Logo World Fair Trade Organization



Zdroj: [www.wfto.com](http://www.wfto.com)

### **Fairtrade Labelling Organizations International (FLO)<sup>5</sup>**

Snahou této celosvětové organizace je zajistit lepší podmínky pro zemědělce a pracovníky. Jde o neziskové sdružení, které propaguje a poskytuje Fairtrade<sup>®</sup> certifikační známku v příslušných zemích. FLO stanovuje Fairtrade<sup>®</sup> standardy pro certifikované výrobky. Kontrolu a certifikaci pak provádí přidružená nezávislá firma FLO-CERT GmbH. Existují všeobecné a produktové standardy, které musí dodržovat producenti i maloobchodníci. Všeobecné standardy jsou zejména pro malé pěstitele, jsou však i výjimky, např. čaj, banány a čerstvé ovoce a květiny, kde lze udělit certifikaci i pro plantáže s najatou pracovní nebo sezónní silou. Produktové standardy<sup>6</sup> jsou pro některé potravinové a nepotravinové výrobky. Vymezují specifické požadavky pro daný výrobek a stanovují minimální cenu a sociální prémii (Fairtrade International, 2011), (Bačová & Hejkrliková, 2010).

Všeobecné standardy obsahují:

- sociální rozvoj
- ekonomický rozvoj
- environmentální rozvoj
- standardy pro pracovní podmínky v souladu s hlavními právy Mezinárodní organizace práce (ILO).

---

<sup>5</sup> Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) je zkráceně označován jako Fairtrade International

<sup>6</sup> Originální znění těchto standardů je dostupné na webových stránkách fairtrade International. Bližší vymezení těchto standardů je uvedeno v kapitolách 2.2.2, 2.3.3 a v přílohách 2 a 3.

Výrobky, které jsou označeny známkou Fairtrade® musí být certifikovány na všech úrovních obchodního řetězce, a to od producenta po balené výrobky připravené k prodeji koncovým spotřebitelům. Certifikát pak zaručuje zákazníkům, že výrobek opravdu splňuje standardy Fair trade.

O certifikaci může požádat přímý dovozce, zpracovatel nebo malý podnik. Musí však splňovat standardy Fairtrade, projít vstupním auditem FLO-CERT a získat certifikát, který se musí pravidelně obnovovat.

Ochrannou známku používají organizace, které jsou součástí FLO po celém světě. V České republice na její využívání dohlíží Fairtrade Česko a Slovensko (Bačová & Hejkrliková, 2010).

*Obrázek 22 - Ochranná známka Fairtrade International*



*Zdroj: [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)*

Existují také zastřešující fair trade organizace, mezi něž patří EFTA – Evropská asociace pro fair trade, Hand in Hand, Rainforest Alliance a UTZ Certified. Výrobky, jež jsou označeny logem FLO, WFTO a Raspunzel Hand in Hand splňují definici fair trade podle FINE<sup>7</sup>. Výrobky Rainforest Alliance a UTZ však nespĺňujú kritéria lepších obchodních podmínek, kontinuálních obchodních vztahů a lepších výkupních cen, a proto by se měly jejich výrobky označovat spíše jako „fair trade lite“ nebo výrobky etického obchodu (Bačová & Hejkrliková, 2010).

### 2.2.6 Fair tradové komodity

Fairtradové produkty se rozdělují na dvě skupiny, na výrobky se známkou Fairtrade a na tradiční výrobky.

---

<sup>7</sup> Mezinárodní asociace působící v Evropě, Pod touto zkratkou pracují společně: FLO, IFAT, NEWS!, EFTA



### **Výrobky se známkou Fairtrade®**

Touto známkou jsou označeny produkty, které jsou certifikované podle standardů organizace Fairtrade International (FI). Jde zejména o produkty jako je káva, čaj, kakao, čokoláda, rýže, ořechy, ovoce, ale i nepotravinové výrobky, mezi které patří řezané květiny, výrobky z bavlny, sportovní míče, zlato a dřevo. Na českém trhu se stále častěji objevují kosmetické přípravky vyrobené z fairtradových surovin (např. oliv, bambuckého másla, kokosového másla apod.), dále hygienické vatové polštářky, vatové tyčinky nebo čisticí tampóny.

Souhrnně tedy mezi produkty, pro které byly vytvořeny standardy Fairtrade, patří: banány, kakao, káva, sušené ovoce, květiny, čerstvé ovoce a zelenina, ovocné džusy, koření a bylinky, med, ořechy a oleje, quinoa, rýže, sportovní míče, cukr, bavlna, bambucké máslo, čaj, vinná réva (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017).

### **Tradiční výrobky**

Výrobky jsou označeny logem fairtradové organizace, která výrobek dováží. Spotřebitelé si v mnoha zemích vybírají zboží právě podle loga těchto dodavatelů, kteří tak zaručují fairtradový původ výrobku. Příkladem takovéto organizace je například Gepa, která dodává čokoládu, čaj, kávu, cukr, med víno či kosmetické výrobky, dále EZA, CTM-Altromercato, Oxfam a další. Výhoda tohoto způsobu spočívá v možnosti dovozu či prodeje jakéhokoli produktu, jelikož zde neexistují speciální standardy pro jednotlivé komodity.

Řemeslné výrobky často nemají označení, a proto je zárukou opět organizace. Mezi tyto rukodělné výrobky lze zařadit dekorativní i užitkové předměty a hudební nástroje a jsou k dostání pouze ve specializovaných fairtradových obchůdcích. Tyto tradiční fairtradové organizace jsou členy WFTO (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017).

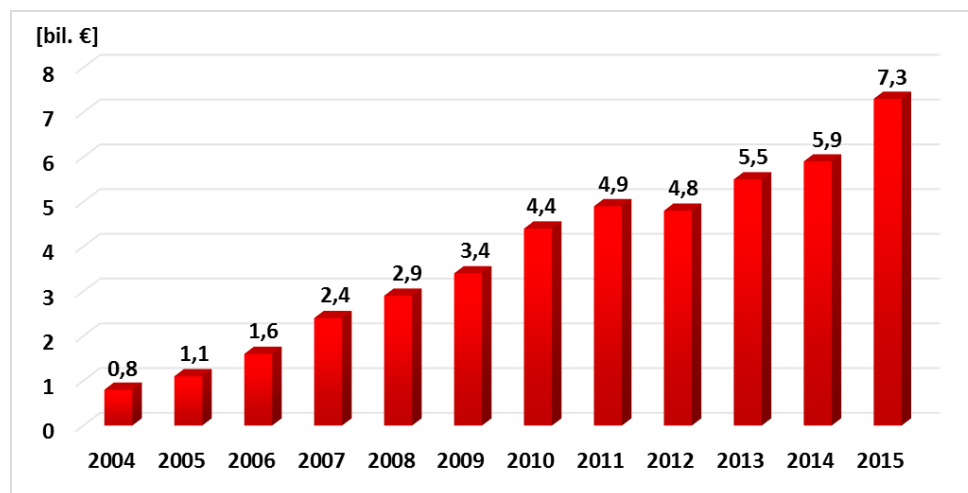
### **2.2.7 Prodej fairtradových produktů**

- **Ve světě**

Objem prodeje těchto produktů se neustále zvyšuje, což dokazuje obrázek č. 23. V roce 2015 se zvýšil objem prodeje u fairtradových banánů, kávy, kakaa, sušeného i čerstvého ovoce, ovocných nápojů, medu, zeleniny, vína, bylinných čajů a největší nárůst zaznamenalo zlato (o 45 %). Naopak poklesly tržby u rýže, sportovních míčů a bavlny, u které i přes zvyšující se poptávku z důvodu zpoždění dodávek tržby klesají. Dále došlo

k poklesu tržeb u třtinového cukru (o 32 %), kde byly příčinou zejména politické změny v Evropské unii. Rozhodnutí evropské unie k uvolnění cukrové řepy do evropského potravinového sektoru spustilo propad cen na trhu s cukrovou řepou. Na druhou stranu je pro fairtrade těžší cukrovou třtinu prorazit na regály supermarketů (Fairtrade International, 2017).

Obrázek 23 - Globální objem tržeb za fairtradové produkty ve světě v bil. EUR (2004-2015)



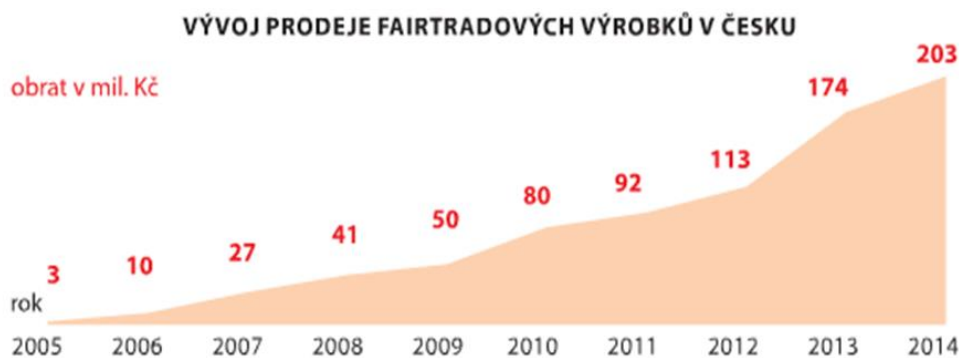
Zdroj: vlastní zpracování dle výroční zprávy Fairtrade International

- **V České republice**

Fairtradové potraviny se na českém trhu poprvé objevily v roce 2004. Dostupnost fairtradových produktů se značně zvýšila v roce 2010, kdy společnost Starbuck's přešla na prodej kávy se známkou Fairtrade®.

V dnešní době pro většinu lidí hraje velkou roli při nákupu potravin jejich kvalita a původ. Dávají přednost výrobkům, u kterých ví, odkud pocházejí a za jakých podmínek byly vyrobeny. Do tohoto trendu skvěle zapadá právě Fairtrade. Jak je vidět z následujícího grafu, zájem o fairtradové produkty se neustále zvyšuje. V roce 2014 utratili čeští spotřebitelé 203 milionů korun za výrobky označené známkou Fairtrade®. V roce 2012 se maloobchodní obrat zvýšil o 60 % díky rozšíření fairtradových výrobků v několika řetězcích. V roce 2013 se pak zvýšil o 80 % a následující rok se opět zvýšil, a to o dalších 17 % na výši 31 mil. Kč (Fairtrade Česko a Slovensko, 2016).

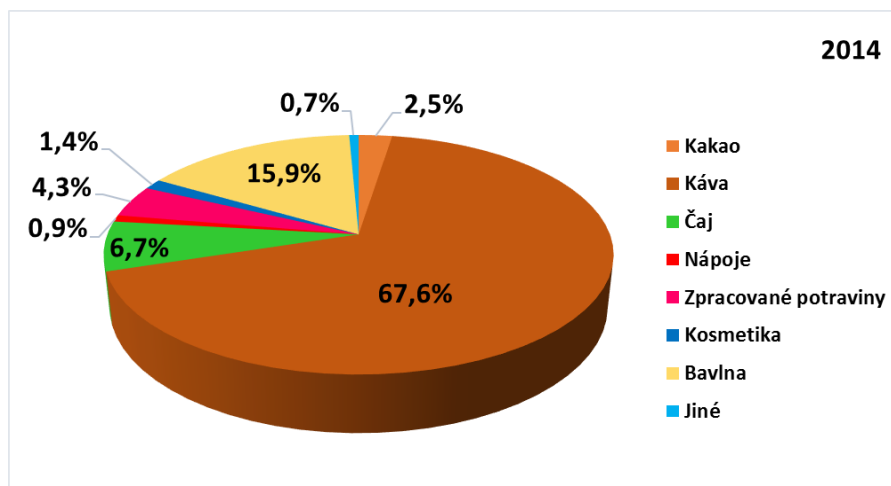
Obrázek 24 - Vývoj prodeje fairtradových produktů v České republice (2005-2014)



Zdroj: Fairtrade Česko a Slovensko

Již několik let se z fairtradových produktů nejvíce prodává káva. V roce 2013 se jí prodalo 190 tun v hodnotě 138 mil. Kč. Podíl fairtradového čaje se od roku 2008 stále snižoval, nicméně v roce 2014 se opět zvýšil a dostal do popředí. V současné době mezi top fairtradové produkty můžeme tedy zařadit kávu, která tvoří 68 % maloobchodního obrátu, dále bavlnu -16 %, což představuje 32 mil. Kč a čaj – 7 %, za který spotřebitelé utratili necelých 14 mil. Kč.

Obrázek 25 - Prodej fairtradových produktů (2014)



Zdroj: Fairtrade Česko a Slovensko - Výroční zpráva 2014/2015 (vlastní grafické zpracování)

V roce 2013 provedl institut evaluací a sociálních analýz INESEAN výzkum na téma fair trade. Z výsledků tohoto výzkumu je zřejmé, že 26 % respondentů zná známku Fairtrade® a 52 % se již někdy setkalo s pojmem fair trade. Tři pětiny respondentů věří, že nákupem těchto produktů mohou pomoci výrobcům ze zemí globálního Jihu (Fairtrade Česko a Slovensko, 2014).

## 2.2.8 Certifikace a Fairtrade standardy

Nejprve se musí podat přihláška a zaplatit vstupní poplatek. Během tří let následuje první audit, kde se kontroluje, aby organizace splňovala příslušné standardy. Následně dojde ke schválení či zamítnutí certifikace. Během tříletého certifikačního cyklu, provádí FLO – Cert kromě pravidelných kontrol i kontroly neohlášené (Fairtrade International, 2017).

Poplatek za certifikaci a počáteční kontrolu<sup>8</sup> se liší dle úrovně družstva a počtu jejich členů. Pro družstvo v 1. úrovni se poplatky pohybují v rozmezí 1 466 € - 3 557 € dle počtu členů. Počáteční poplatek se vztahuje pouze na první certifikovaný produkt, za každý další se účtuje poplatek 184 €. Pokud organizace provádí různé zpracovatelské činnosti, jsou povinni uhradit další poplatek pohybující se v hodnotě 215 € - 635 €. Hodnota tohoto poplatku se opět liší dle počtu členů (FLO Cert GmbH, 2016).

FLO Cert GmbH provádí audit i u osob, které fairtradové produkty zpracovávají či s nimi obchodují. Žadatelé nejprve obdrží dočasné povolení k obchodu na šest měsíců. Během této doby je v místě provozovny žadatele proveden první fyzický audit. Při bezproblémovém průběhu dojde k udělení certifikace. Tento audit se pak v provozovně opakuje pravidelně v intervalu 3 let (Fairtrade Česko a Slovensko, 2017).

### **Druhy Fairtrade standardů**

- **Obchodní standardy**

Tyto standardy jsou platné pro obchodníky, kteří nakupují a prodávají fairtradové produkty nebo pracují s fairtradovými cenami a prémiemi. Definují pravidla složení produktů a používání známky Fairtrade. Obsahují také požadavky a doporučení osvědčených postupů, aby zajistily, že bude s fairtradovými produkty obchodováno spravedlivě a udržitelně. Tyto postupy přispívají k posílení postavení producentů.

Hlavními složkami spravedlivých a udržitelných obchodních standardů je transparentnost, kdy jsou všechny podmínky fairtradových transakcí uvedeny ve smlouvách mezi producenty a odběrateli. Dále reálná cena, která pokryje průměrné náklady, fairtradové prémie, kterou mohou investovat do svého vlastního rozvoje, podle svých potřeb, tržní informace pro plánování, kdy výrobci dostávají výzkumné plány a informace o šancích uspět na trhu, předfinancování, bezúhonné obchodování, to znamená, že je dodavatelský řetězec bez nekalých obchodních praktik, ohled na životní

---

<sup>8</sup> Podrobnější přehled poplatků na stránkách FLO-Cert GmbH

(obchodníci s Fairtrade dodavatelských řetězcích v souladu s prací a právo životního prostředí – platí od roku 2017). Normy týkající se použití materiálů ze seznamu nebezpečných materiálů – použitelné od roku 2018.

- Standardy pro malé organizace producentů

Jedná se o standardy, které se týkají organizací malých producentů dodávajících fairtradové produkty. Většina členů musí být drobní zemědělci, kteří provozují farmu svou vlastní prací a prací své rodiny, nejsou tedy závislí na najatých pracovnících. Zisky by se měly rovnoměrně dělit mezi producenty a všichni členové mají svůj hlas v rozhodovacím procesu. Část těchto standardů platí i pro společnosti, které s nimi spolupracují.

- Standardy pro námezdní práci

Standardy pro námezdní práci se vztahují na organizace, které zaměstnávají najaté pracovníky. První zásadou těchto standardů je existence managementu fairtradových prémie. Tento výbor se skládá ze zástupců pracovníků a je zodpovědný za řízení fairtradových prémie v souladu s fairtradovými standardy. Druhou zásadou je svoboda sdružování a kolektivní vyjednávání. Pracovníci tak mají právo vstoupit do svazu a kolektivně vyjednat o pracovních podmínkách. Posledním zásadou je zajištění spravedlivých podmínek pro všechny pracovníky. Jejich platy musí být stejné či vyšší, než je místní průměr nebo vyšší než minimální mzda. Musí být také zajištěna zdravotní a bezpečnostní opatření, aby se zabránilo pracovním úrazům.

- Standardy pro smluvní výrobu

Tyto standardy jsou pro drobné producenty, kteří nejsou dosud demokraticky organizováni. Tito producenti se mohou připojit k fair trade, pokud jsou v partnerství s organizacemi, které jim pomohou vytvořit nezávislou organizaci. Standardy se vztahují na kakao v Pacifiku, rýži a bavlnu v Indii, sušené ovoce, meruňková semena, mandle a ořechy v Pákistánu.

- Klimatické standardy

Tyto klimatické standardy jsou způsob, jak podpořit drobné zemědělce a venkovské komunity k získání uhlíkových kreditů. Těmito kredity přispívají výrobci na zmírňování změny klimatu, a přizpůsobení se této změně. Fairtradové klimatické standardy byly

vyvinuty ve spolupráci s Gold Standard Foundation, organizací, která je mezinárodně uznávaná v oblasti klimatu a developerských projektů.

- Textilní standardy

Fairtradové textilní standardy jsou součástí většího fairtradového textilního programu, který má za cíl usnadnit změnu v dodavatelských řetězcích a souvisejících obchodních praktik. Tento komplexní přístup se zabývá výrobcí a pracovníky v rámci dodavatelského řetězce a snaží se o dosažení lepších mezd a pracovních podmínek.

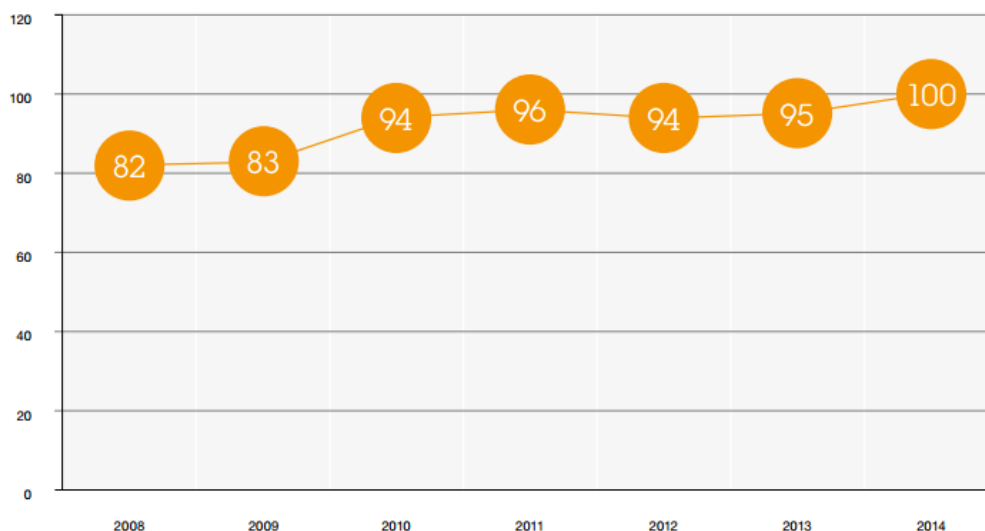
## 2.3 Fairtradový čaj

### 2.3.1. Klíčové informace

Fairtradový čaj se vztahuje na všechny čaje, které pocházejí z listů a pupenů rostliny *Camelia sinensis*. Zemědělci pěstují čaj na velmi malých plochách. V Africe jsou pozemky na pěstování velké v průměru okolo 0,3 hektaru. V roce 2013-2014 obdrželi drobní pěstitelé a pracovníci na plantážích za prodej fairtradového čaje přes 4,6 milionů eur na sociálních premiích. Prodeje drobných pěstitelů, tvořily 55 % z celkových tržeb z prodaného fairtradového čaje, plantáže se na tržbách podílely ze 45 %.

Počet producentů organizací s certifikací pro fairtradový čaj se každoročně zvyšuje. Výjimkou byl však rok 2012, kdy se jejich počet snížil o 2 %, od dalšího roku, se opět zvyšuje. V roce 2014 se zapojilo 100 organizací.

Obrázek 26 - Producentů fairtradové organizace



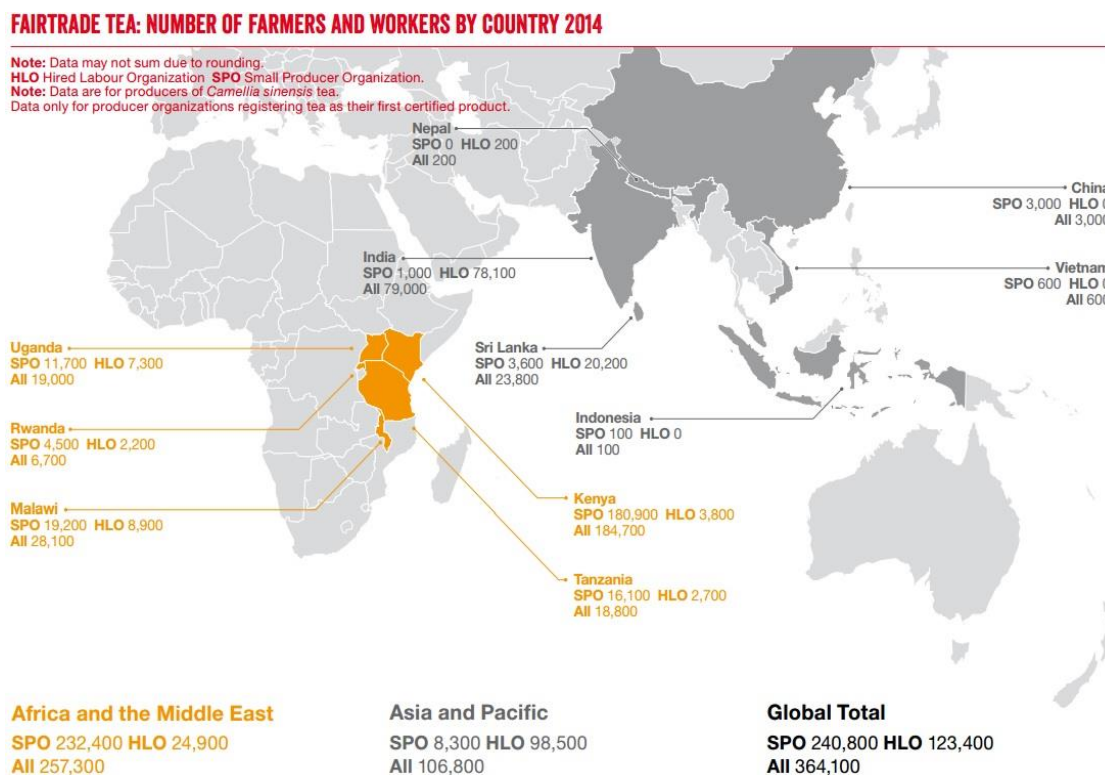
Zdroj: Monitorovací zpráva Fairtrade International 2014/2015

V roce 2014 prostřednictvím fairtradových organizací pro čajové producenty, bylo do fairtrade zapojeno 364 100 lidí, z toho 240 700 drobných zemědělců a 123 400 pracovníků na plantážích, kteří žijí převážně v Keni a Indii.

V Africe a Středním Východě to bylo celkem 257 300 farmářů, V Asii a Pacifiku 106 800. Do dat jsou započítány pouze ty organizace, které mají zaregistrovaný čaj, jako svůj první certifikovaný produkt. Největším producentem byla Keňa, odkud pocházelo

54 % z celkového objemu prodeje fairtradového čaje. V top pětce producentů se dále umístily Indie, Uganda, Srí Lanka a nejmenší objem prodeje byl zaznamenán v Malawi.

Obrázek 27 - Počet farmářů a pracovníků zapojených v systému Fairtrade® (2014)



Zdroj: Monitorovací zpráva Fairtrade International 2014/2015

V roce 2014 byly ceny čaje velmi nízké. Pohybovaly se kolem 1 US\$ za kilogram u afrických čajů a bylo to méně než v roce 2013. Tento cenový pokles vedl ke zvýšení produkce čaje v Keni o více než 30 %. To mělo ovšem katastrofální dopad na cenu čaje v Malawi. Tato cena klesla na 1,15 US\$ za kilogram a byla nižší než výrobní náklady. Fair trade producenti byli chráněni tím, že byla v Malawi stanovena minimální fairtradová cena na 1,40 US\$, aby pokryla výrobní náklady (Fairtrade International, 2015).

### Přehled dodavatelů fairtradového čaje na českém trhu

V tabulce je uveden kompletní přehled dodavatelů, kteří aktuálně dodávají fairtradový čaj na český trh. Větší pozornost jim bude věnována v praktické části v rámci průzkumu.



Tabulka 6 - Přehled dodavatelů fairtradového čaje v České republice

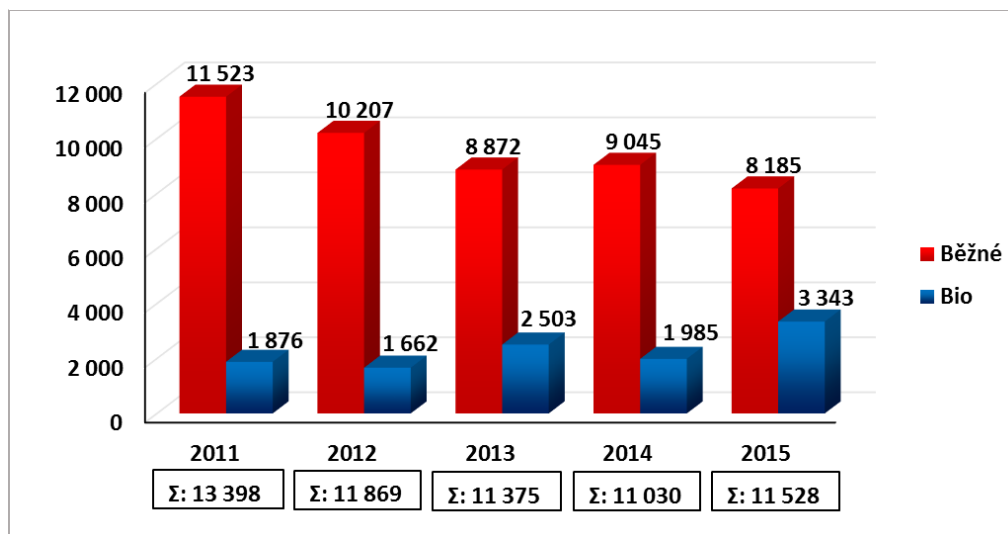
Dodavatel	Webové stránky
Bioo.cz	www.biooo.cz
Fairmade	www.fairmade.cz
Fair Trade Centrum	www.fairtradecentrum.cz
Fairtrademarket.cz	www.fairtrademarket.cz
J. J. Darboven	www.darboven.cz
Mamacoffee	www.mamacoffee.cz
Marks and Spencer	Global.marksandspencer.com/cz/cs
MIKO káva	www.mikokava.cz
Segafredo Zenetti	www.segafredo.cz
Teekane	www.teekane.cz
Tesco	www.itesco.cz
Tchibo Coffee Service	www.tchibo-coffeeservice.cz
Tony Bennett	www.tonybennett.cz
Obchod NaZemi	Obchod.nazemi.cz

Zdroj: Fairtrade Česko a Slovensko (vlastní grafické zpracování)

### 2.3.2 Prodej fairtradového čaje

V následující tabulce jsou uvedeny globální objemy prodeje fairtradového čaje mezi lety 2011-2015. Objem běžného fairtradového čaje se snížil, nicméně vzrostl prodej bio čaje.

Obrázek 28 - Globální objem prodeje fairtradového čaje (2011-2015)



Zdroj: Vlastní zpracování dle výročních zpráv Fairtrade International

### 2.3.3 Fairtrade standardy pro čaj

#### **Fairtrade standardy pro čaj pro malé producentské organizace a obchodníky**

Tento standard se vztahuje na čaj a instantní čaje pouze z rostliny Camellia. Nejsou zde žádné další požadavky na certifikaci, označování ani balení. Jsou zde popsány požadavky, které je třeba dodržovat v případě prodeje fairtradových výrobků a etické a udržitelné výrobní postupy pro každý fairtradový produkt. Dále popisuje požadavky, které jsou pro Fairtrade jedinečné a hodlá položit základy pro posílení postavení a rozvoj producentů. Je-li fairtradový čaj prodáván prostřednictvím aukcí, musí tyto prodeje podléhat podmínkám, které podporují větší transparentnost, lepší komunikaci a rychlejší výplatu fairtradové prémie a fairtradové minimální ceny.

#### **Fairtrade standardy pro čaj pro námezdní práci a obchodníky**

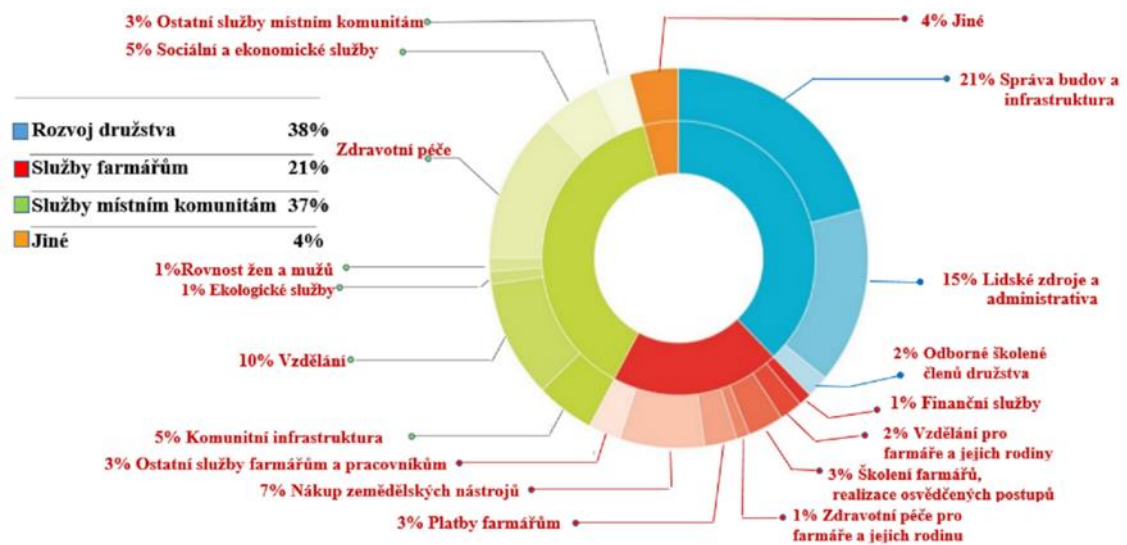
Standard pro námezdní práci a obchodníky se stejně jako předešlý standard vztahuje na čaje a instantní čaje pouze z rostliny Camellia. Na označování a balení zde nejsou žádné další požadavky. Fairtradová prémie musí být v souladu s podmínkami stanovenými v tomto standardu. Vzhledem ke kritické ekonomické situaci v oblasti Darjeelingu je možné základní potřeby pro pracovníky (bydlení, voda a podobně) částečně hradit prostřednictvím fairtradové prémie. Pro použití fairtradové prémie pro státní a firemní závazky v Darjeelingu musí být splněny určité pokyny. Co se týče budování kapacit a pracovních podmínek nejsou zde žádné další požadavky. Poslední kapitola popisuje požadavky, které je třeba splnit, pokud prodávají fairtradové výrobky. Těmito požadavky jsou: sledovatelnost, smlouvy, předfinancování, cena a platební podmínky (Fairtrade International, 2017).

#### **Sociální prémie**

V roce 2014 získaly organizace drobných farmářů, nebo organizace pracovníků na čajových plantážích více než 4,6 milionů € na sociálních premiích. Necelých 40 % z této hodnoty bylo využito na posílení organizace producentů prostřednictvím investic do zařízení, na zlepšování infrastruktury a odborná školení členů družstva. Dalších necelých 40 % z této hodnoty připadla na služby místním komunitám. Do této oblasti patří rozvoj infrastruktury, vzdělání a zdravotní péče pro farmáře i jejich rodinu. Na služby farmářům bylo použito 21 % ze sociální prémie včetně hnojiva a zemědělských nástrojů,

přímých plateb farmářům, školení, vzdělávání a finančních služeb čili úvěrů a financování (Fairtrade International, 2015).

Obrázek 29 - Využití sociální prémie u malovýrobců (2014)



Zdroj: Vlastní zpracování dle Monitorovací zprávy Fairtrade International 2013-2014

## 3 Cíle a metodický postup

### 3.1 Cíle práce

Jedním z cílů této práce je vymezení standardů pro pěstitele a obchodníky s čajem v rámci systému fair trade a určení dovozu čaje do České republiky. Dalším cílem je vyhodnocení průzkumu, jak spotřebitelé vnímají systém fair trade a fairtradový čaj, zejména jeho kvalitu a dostupnost. Cílem práce je také průzkum nabízeného sortimentu ve vybraných specializovaných prodejnách zdravé výživy a ve vybraných maloobchodních řetězcích.

Posledním cílem této práce je potvrzení či zamítnutí následujících hypotéz.

- Hypotéza 1: Většina respondentů zná systém fair trade.
- Hypotéza 2: Fairtradový čaj považuje za velice kvalitní většina respondentů.
- Hypotéza 3: Většina respondentů se domnívá, že je propagace systému fair trade a fair tradových produktů nedostačující.

### 3.2 Metodický postup

Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je zpracována literární rešerše na základě odborné literatury a jiných zdrojů. Z důvodu nedostatku odborné literatury, jsem byla nucena čerpat převážně z internetových zdrojů, různých článků v elektronické podobě a výročních zpráv.

Získaná sekundární data jsem poté rozdělila na tři části: Čaj, Fair trade a Fairtradový čaj.

V rámci teoretické části byly splněny cíle:

- vymezení standardů pro pěstitele a obchodníky s čajem v rámci systému fair trade, které jsou přeloženy do českého jazyka a uvedeny v příloze;
- určení dovozu čaje do České republiky

Praktická část se skládá ze dvou oblastí. V první oblasti praktické části bylo prostřednictvím dotazníkového šetření zkoumáno, jaký postoj mají spotřebitelé k čaji, jak vnímají systém fair trade, fairtradový čaj, zejména z hlediska jeho kvality a dostupnosti. Tento průzkum proběhl na základě online i ústního dotazování. Dotazník byl sestaven prostřednictvím programu Google Docs. Před vyvěšením na internet jsem

provedla pilotní výzkum u deseti osob, abych si ověřila správnou formulaci otázek a jejich srozumitelnost pro respondenty. Na jeho základě jsem změnila formulaci otázky č. 8. Tato otázka byla původně formou otevřené odpovědi, ale vzhledem k různorodosti odpovědí, bylo mnohem efektivnější udělat tuto otázkou formou odpovědi uzavřené čili výběr z několika variant. Po této úpravě byl dotazník vyvěšen na internetu a šířen prostřednictvím sociálních sítí a emailem. Ústní dotazování probíhalo zejména u blízkých osob staršího věku, vzhledem k tomu, že na internetu dotazník vyplňovali spíše mladší věkové skupiny.

Dotazník obsahuje 25 otázek a je rozdělen na dvě části. V první části jsou otázky zaměřené na čaj obecně, jeho oblíbenost a nákup. Druhá část je věnována tomu, jak spotřebitelé vnímají systém fair trade, fairtradový čaj, oblíbenost tohoto čaje u respondentů a zvyklosti při jeho nákupu. Dále je také zkoumáno, zda by si respondenti, kteří fair trade neznají, zakoupili fairtradové produkty na základě textu, který je uveden na konci dotazníku. Poslední čtyři otázky jsou identifikační a týkají se pohlaví, věku, vzdělání a současné ekonomické situace. Poté, co jsem získala dostatečný počet odpovědí, jsem je následně zpracovala a vyhodnotila prostřednictvím programu MS Excel. Výsledky jsem použila k poslední části praktické práce, a to k potvrzení či vyvrácení hypotéz.

Ve druhé oblasti praktické části byl zkoumán nabízený sortiment fairtradových výrobků, zejména fairtradového čaje ve vybraných specializovaných prodejnách zdravé výživy a ve vybraných maloobchodních řetězcích v Českých Budějovicích. Průzkum byl proveden konkrétně v prodejnách Harmonie, Slunečnice, Bylinné a klášterní produkty U Černé věže, Pyramida a v obchodních řetězcích dm drogerie markt, drogerie parfumerie Rossmann, Marks & Spencer, Tesco a Kaufland.

## 4 Praktická část

### 4.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření probíhalo od 20. 11. 2016 do 31. 1. 2017. Převážnou část respondentů tvořily osoby z blízkého okolí a studenti Jihočeské univerzity. Průzkumu se celkem zúčastnilo 250 respondentů.

#### 4.1.1 Výsledky dotazníkového šetření

Respondenti odpovídali na 25 otázek rozdělených do dvou částí. V první části byly otázky týkající se čaje obecně, jeho oblíbenosti mezi respondenty a nákupních zvyklostí. Druhá část byla zaměřena na otázky, ve kterých bylo zjišťováno, jak vnímají systém fair trade, fairtradový čaj, obliba tohoto čaje a zvyklosti respondentů při jeho nákupu. Zkoumáno je také, zda by si respondenti, kteří fair trade neznají, zakoupili fairtradové produkty na základě informačního textu, který je uveden v dotazníku.

##### **Otázka č. 1: Máte rádi čaj? (R=n=250)**

Tato otázka byla „zahřívací“, aby si respondenti ujasnili svůj vztah k čaji. Z výsledků vyplynulo, že není téměř nikdo, kdo by neměl čaj rád. Na tuto otázku odpovědělo ano 78,4 % (196), spíše ano 17,2 % (43), spíše ne 3,6 % (9) a ne 0,8 % (2) respondentů.

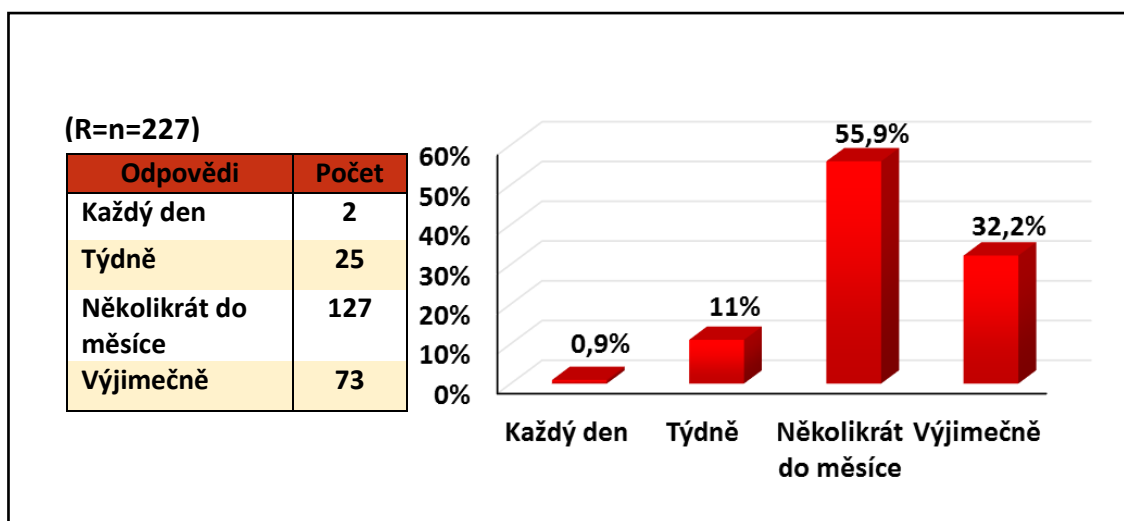
##### **Otázka č. 2: Nakupujete čaj? (R=250, n=315)**

Tato otázka byla „filtrační“ a rozdělila respondenty na 3 skupiny podle toho, zda kupují balený čaj, hotový nápoj nebo čaj nekupují vůbec. Byla zde možnost označit více odpovědí. Balený čaj nakupuje 88 % (220) respondentů, hotový nápoj 30, 8 % (77). Čaj nenakupuje 7,2 % (18) respondentů.

##### **Otázka č. 3 a): Jak často nakupujete balený čaj? (R=n=227)**

55,9 % (127) respondentů nakupuje balený čaj několikrát do měsíce. Výjimečně ho kupuje 32,2 % (73). Týdně si balený čaj koupí 11 % (25) a pouhých 0,9 % (2) kupuje čaj každý den.

Obrázek 30 - Frekvence nákupu baleného čaje

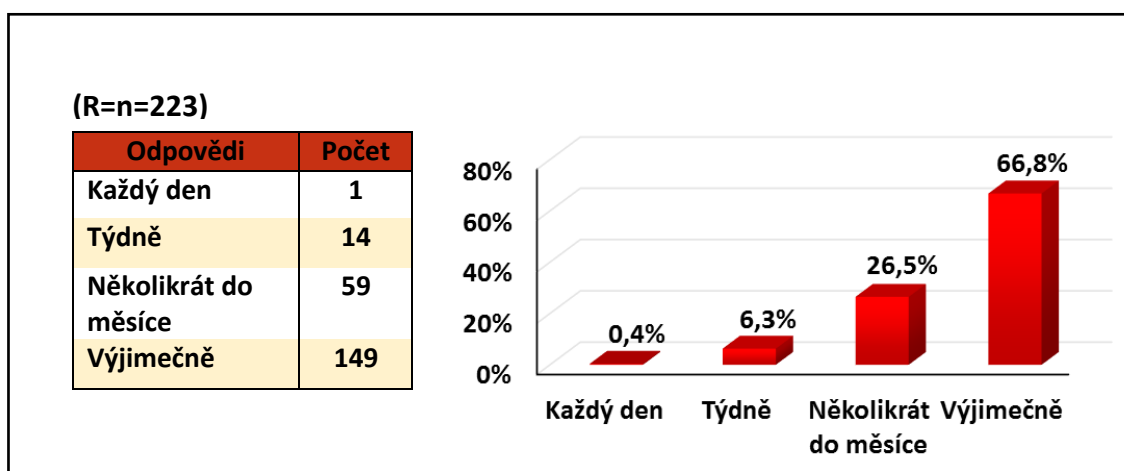


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 3 b): Jak často nakupujete čaj v podobě nápoje? (R=n=223)**

Oproti balenému čaji, čaj v podobě nápoje kupuje 66,8 % (149) respondentů spíše výjimečně. Několikrát do měsíce ho kupuje 26,5 % (59) a týdně je to méně respondentů než u baleného čaje a to 6,3 % (14). Každý den si čaj v podobě nápoje koupí pouze 0,4 % (1).

Obrázek 31 - Frekvence nákupu čaje v podobě nápoje

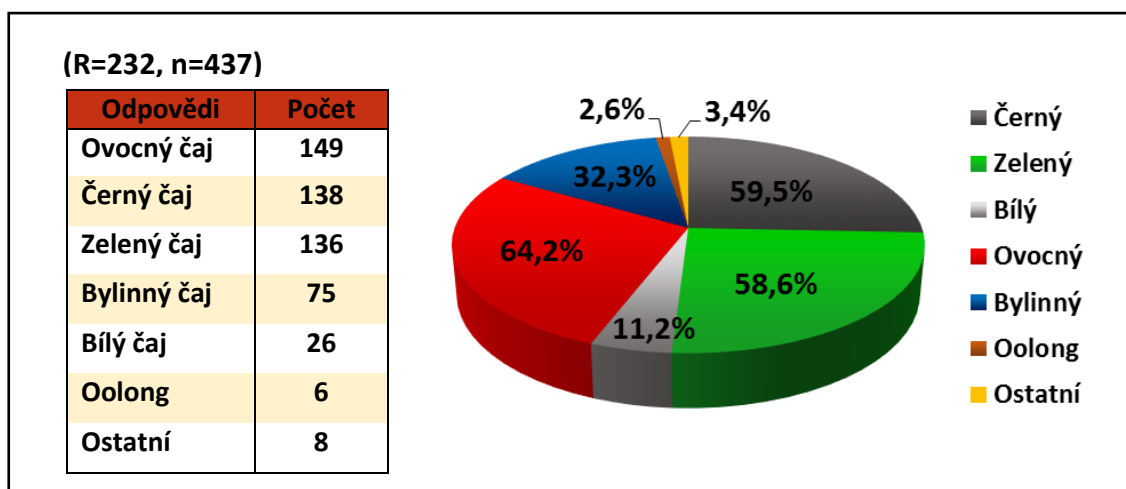


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 4: Jaké druhy čaje máte nejraději? (R=232, n=437)**

Ovocný čaj má rádo 64,2 % (149) respondentů a je tak nejoblíbenějším druhem. Dále se umístil černý čaj 59,5 % (138) a zelený 58,6 % (136). Naopak nejméně oblíbeným čajem je oolong, který zvolilo pouze 2,6 % (6) respondentů. 3,4 % (8) respondentů označilo možnost ostatní, ale nebyl uveden konkrétní příklad.

Obrázek 32 - Preferovaný druh čaje

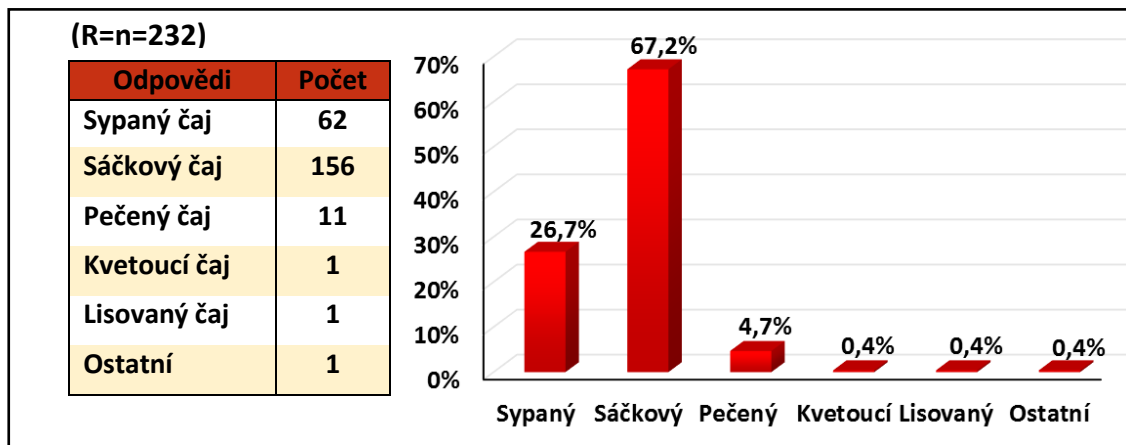


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 5: Jakou formu čaje upřednostňujete? (R=n=232)**

Pro 67,2 % (156) respondentů je z hlediska formy nejoblíbenější čaj sáčekový. Sypaný čaj upřednostňuje 26,7 % (62) respondentů a čaj pečený 4,7 % (11). Kvetoucí a lisovaný čaj preferují respondenti nejméně, a to shodně 0,4 % (1).

Obrázek 33 - Preferovaná forma čaje



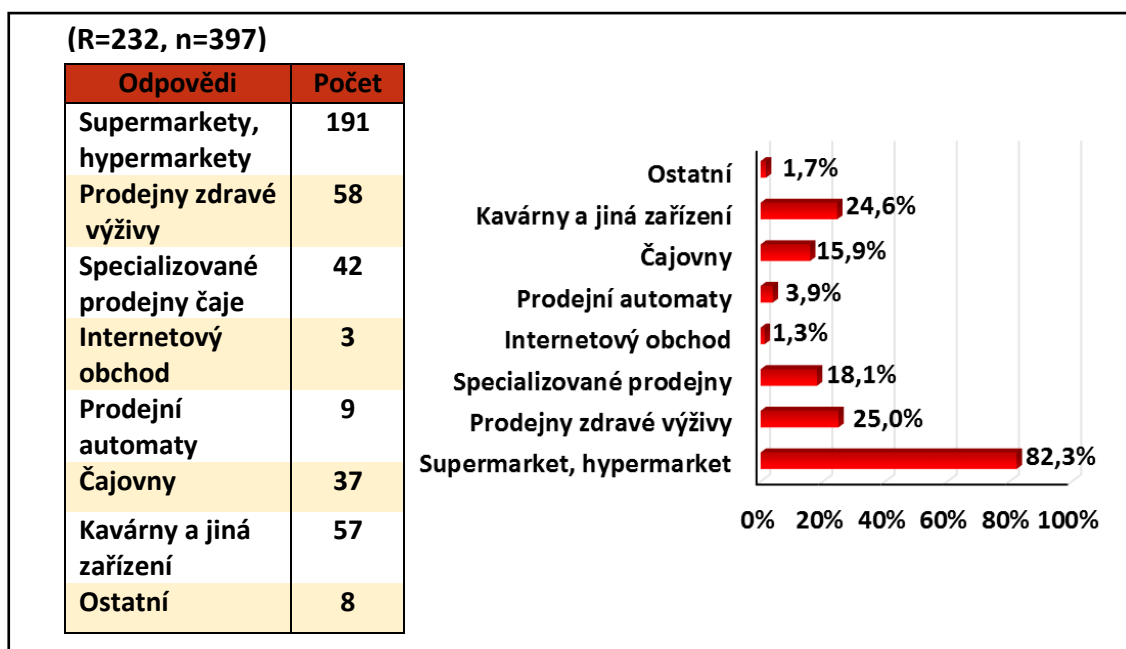
Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 6: Kde čaj kupujete nejčastěji? (R=232, n=397)**

82,3 % (191) respondentů nakupuje čaj v supermarketech a hypermarketech a v prodejnách zdravé výživy 25 % (58). Kavárnu a jiná restaurační zařízení upřednostňuje 24,6 % (57). Ve specializovaných prodejnách čaje nakupuje 18,1 % (42), v čajovnách 15,9 % (37) a na internetu pouze 1,3 % (3) respondentů a je tak nejméně častým místem nákupu.



Obrázek 34 - Místo prodeje čaje



Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 7: Jak moc Vás při výběru baleného čaje ovlivňují tyto faktory (R=n=229)**

Zde respondenti na základě škály od 1 do 5 přiřazovali stupeň důležitosti k jednotlivým faktorům tak, jak je ovlivňují při jejich nákupu.

1 – velmi důležitý; 2 – spíše důležitý; 3 - nevím; 4 – spíše nedůležitý; 5 – nezajímá mě

**Cena** – jako faktor velmi důležitý označilo cenu 20 % (46) respondentů. Pro 43 % (99) respondentů je cena spíše důležitý faktor, 22 % (50) označilo odpověď nevím. Spíše nedůležitý je pro 11 % (25), a cena vůbec neovlivňuje 4 % (9) respondentů. Průměrné hodnocení=2,35

**Kvalita** – 51 % (117) respondentů označilo kvalitu jako velmi důležitý faktor, 34 % (78) jako spíše důležitý. Odpověď nevím zvolilo 9 % (21). Jako spíše nedůležitý faktor označilo kvalitu 4 % (9) a pro 2 % (4) respondentů není kvalita vůbec důležitá. Průměrné hodnocení=1,71

**Chuť** – pro 76 % (174) respondentů hraje chuť při výběru zásadní roli, pro 15 % (35) je spíše nedůležitým faktorem. Odpověď nevím zvolilo 4 % (9) respondentů. Pro 2 % (4) je chuť spíše nedůležitá a 3 % (7) se chutí vůbec neřídí.

Průměrné hodnocení= 1,41

*Velikost* – jako velmi důležitý faktor označilo velikost 8 % (18) respondentů, jako spíše nedůležitý 37 % (85). Nevím, odpovědělo 39 % (89), pro 10 % (23) je velikost spíše nedůležitá a při nákupu neovlivňuje 6 % (14) respondentů.

Průměrné hodnocení=2,69

*Vzhled (obal)* – pro 4 % (9) je vzhled čaje velmi důležitý, pro 28 % (64) spíše důležitý. 34 % (78) respondentů odpovědělo nevím. Pro 21 % (48) je vzhled spíše nedůležitý.

Průměrné hodnocení=3,11

*Informace na obalu* – z odpovědí vyplývá, že jsou informace na obalu velmi důležité pro 10 % (23), spíše důležité pro 25 % (57). Odpověď nevím označilo 36 % (82). Spíše nedůležitým faktorem jsou pro 17 % (39) a neovlivňují 12 % (28) respondentů.

Průměrné hodnocení=2,96

*Značka* – při nákupu je značka velmi důležitá pro pouhých 10 % (23), spíše důležitá pro 38 % (87) a spíše nedůležitá pro 12 % (28). Značka při nákupu vůbec neovlivňuje 6 % (14) a 34 % (78) odpovědělo, že neví.

Průměrné hodnocení=2,67

*Dostupnost* – jako velmi důležitou označilo dostupnost 8 % (18) respondentů, jako spíše důležitou 39 % (89) a spíše nedůležitou 7 % (17). Pro 8 % (18) dostupnost nehraje roli a 38 % (87) zvolilo odpověď nevím.

Průměrné hodnocení=2,68

*Geografický původ* – pro 10 % (23) respondentů je zeměpisný původ při výběru výrobku velmi důležitý, pro 16,3 % (37) spíše důležitý a 21 % (48) spíše nedůležitý. 35 % (80) respondentů odpovědělo, že neví. Zeměpisný důvod neovlivňuje 18 % (41).

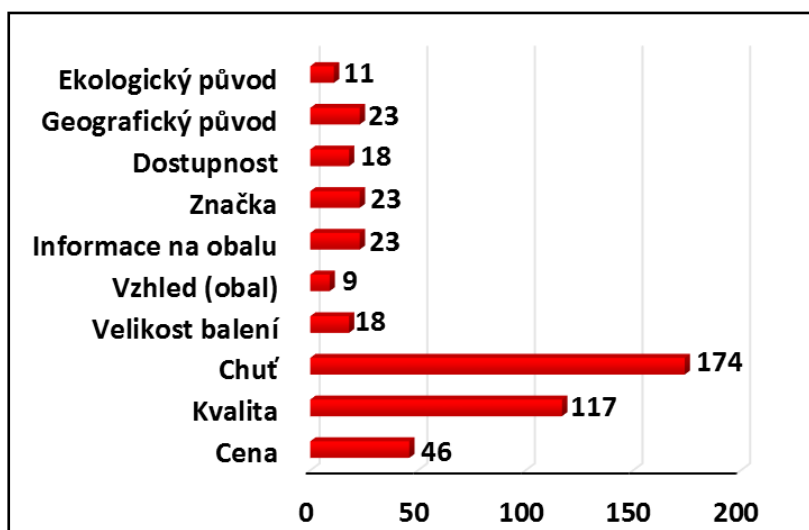
Průměrné hodnocení=3,2

*Ekologický původ* – 6 % (14) respondentů označilo ekologický původ jako velmi důležitý faktor, 19 % (43) jako spíše důležitý. Odpověď nevím zvolilo 38,3 % (85) a pro 18 % (41) je tento faktor spíše nedůležitý. Ekologický původ nehraje žádnou roli pro 20 % (46) respondentů.

Průměrné hodnocení=3,27

Z výsledků vyplývá, že respondenty při nákupu nejvíce ovlivňuje chuť. Konkrétně tento faktor nejvíce ovlivňuje 174 respondentů. Dále pak kvalita (117 respondentů) a cena (46 respondentů).

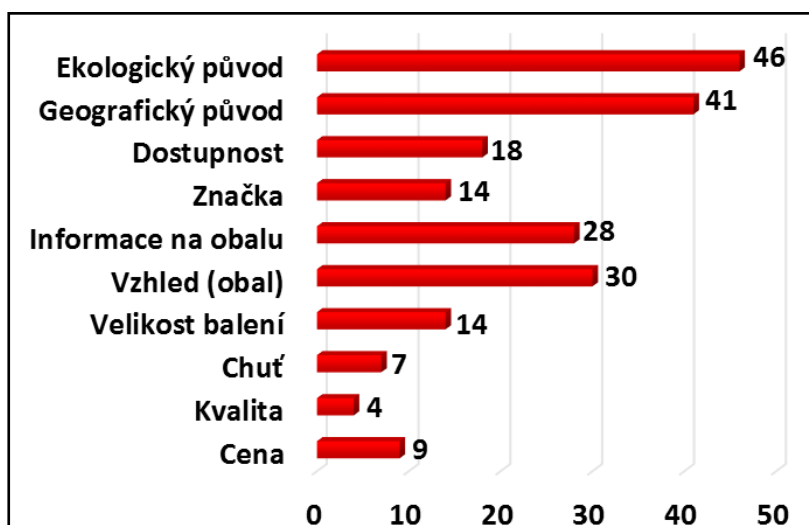
Obrázek 35 - Faktory označené jako "velmi důležité" (1)



Zdroj: Vlastní výzkum

Naopak úplně minimální roli hraje pro respondenty ekologický původ (46 respondentů), geografický původ (41 respondentů) a vzhled (30) respondentů.

Obrázek 36 - Faktory označené jako "nedůležité" (5)



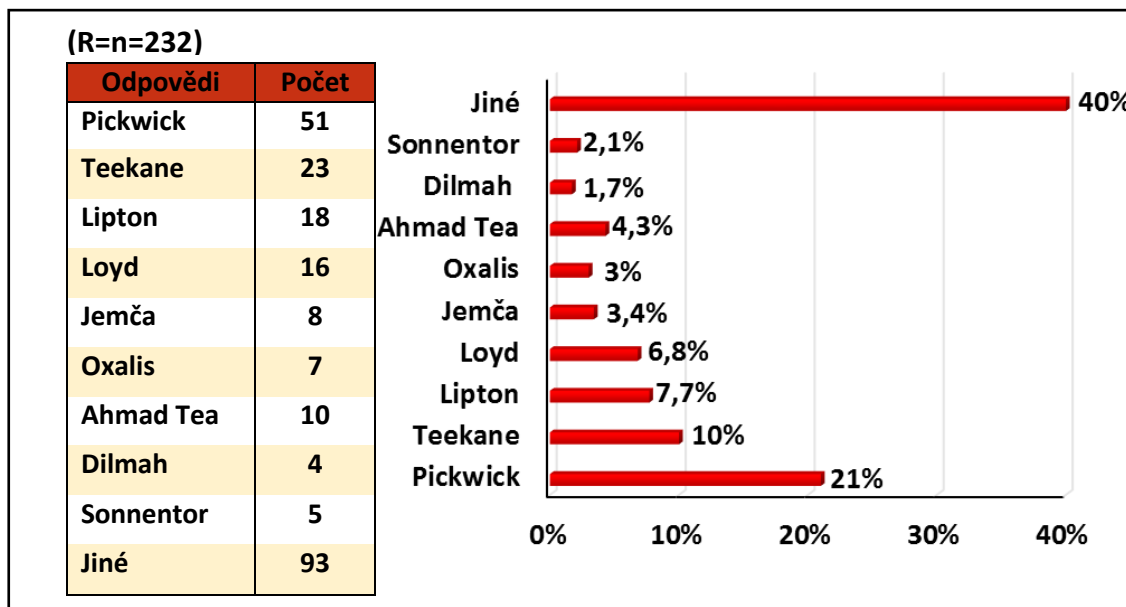
Zdroj: Vlastní výzkum

#### Otázka č. 8: Jaká je Vaše oblíbená značka čaje? (R=n=232)

Z výsledků vyplývá, že respondenti nejčastěji preferují značku Pickwick. Tuto možnost zvolilo 21 % (51) respondentů. Téměř o polovinu méně 10 % (23) respondentů má rádo značku Teekane. Dále se umístily Lipton 7,7 % (18) respondentů, Loyd 6,8 % (16), Ahmad Tea 4,3 % (10) a Jemča 3,4 % (8) respondentů. Nejméně preferované jsou značky Oxalis 3 % (7), Sonnentor 2,1 % (5) a Dilmah 1,7 % (4) respondentů. Možnost jiné zvolilo

40 % (93) respondentů a v odpovědích se vyskytovaly například značky: Biogena, Basilur, London, Saga, Pigi, Zlatý šálek a další.

Obrázek 37 - Oblíbená značka čaje

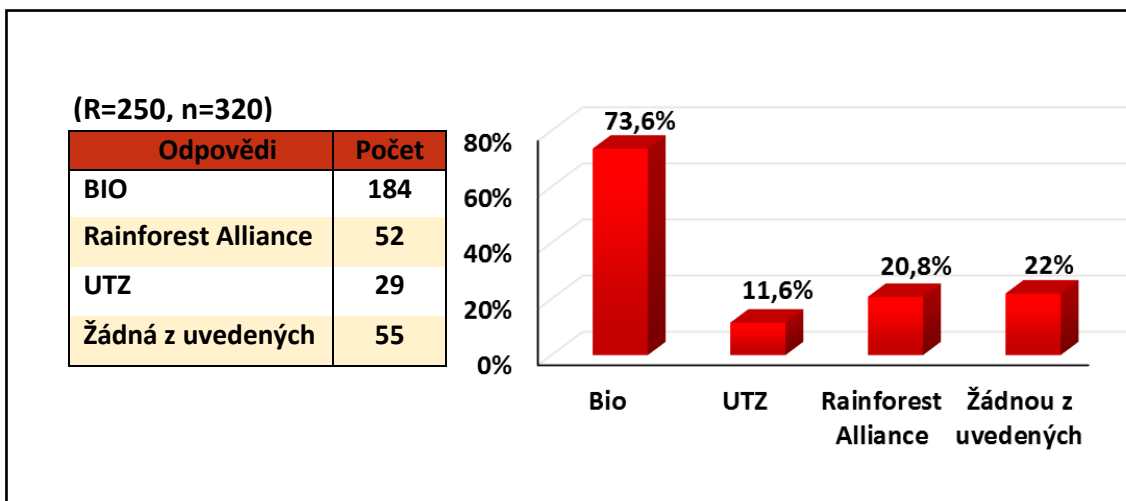


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č. 9: Uveďte, které z následujících certifikací znáte. (R=250, n=320)

Certifikaci BIO zná 73,6 % (184) respondentů, Rainforest Alliance 20,8 % (52) a certifikaci UTZ 11,6 % (29) respondentů. Ani jednu z těchto certifikací nezná 22 % (55) respondentů.

Obrázek 38 - Znalost certifikací



Zdroj: Vlastní výzkum

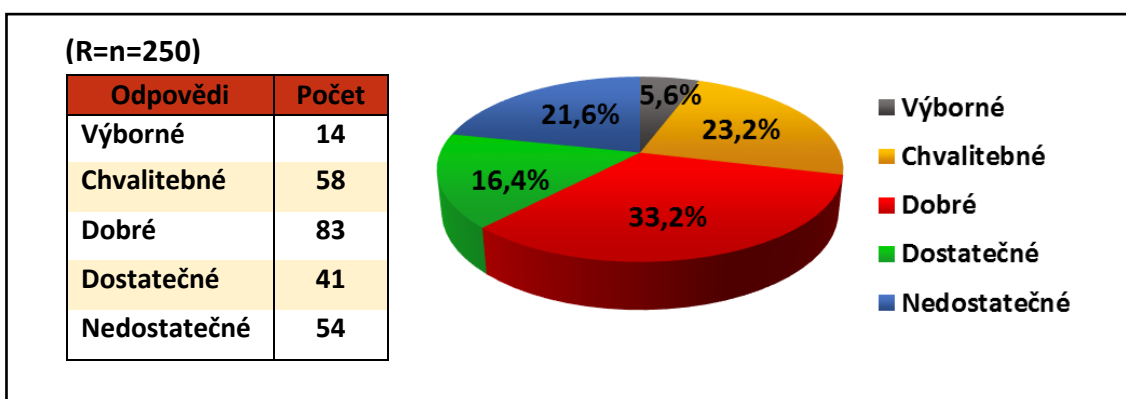
**Otázka č. 10: Ohodnoťte, prosím, své znalosti o fair trade. (R=n=250)**

U této otázky respondenti hodnotili své znalosti dle školní stupnice od 1 do 5. Pokud odpověděli, že fair trade neznají, byli odkázáni na text na konci dotazníku a otázku č. 25.

5,6 % (14) respondentů ohodnotilo své znalosti za výborné (známka 1), 23,2 % (58) za chvalitebné (známka 2), 33,2 % (83) za dobré (známka 3), 16,4 % (41) za dostatečné (známka 4) a 21,6 % (54) za nedostatečné (známka 5).

Celkový průměr znalostí respondentů o systému fair trade je 3,25. Tato hodnota tedy odpovídá školnímu ohodnocení slovy „dobré“.

*Obrázek 39 - Znalost konceptu fair trade*

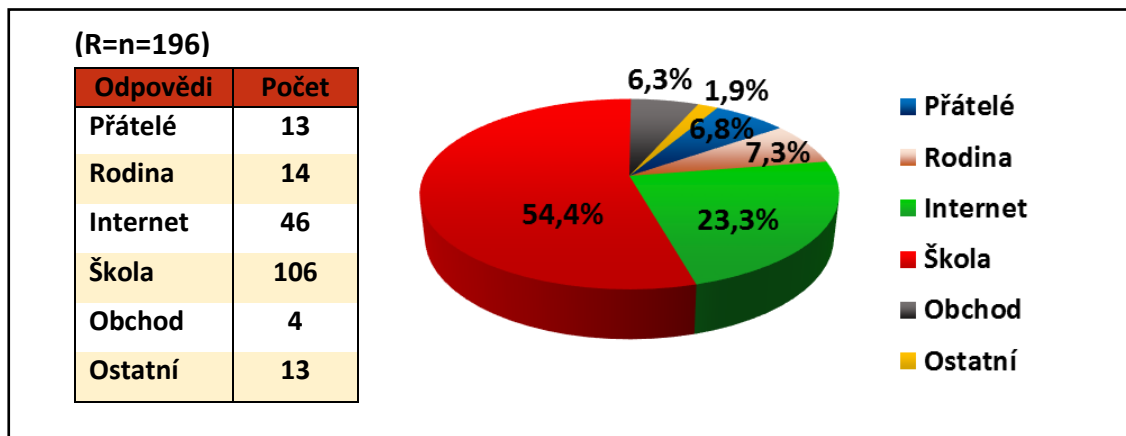


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**Otázka č. 11: Kde jste o fair trade slyšeli poprvé? (R=n=196)**

Ve škole slyšelo o fair trade poprvé 54,4 % (106) respondentů, na internetu 23,3 % (46) Od rodiny se o fair trade dozvědělo 7,3 % (14) a od přátel 6,8 % (13) respondentů. Pouhých 1,9 % (4) respondentů se o něm dozvědělo v obchodě.

*Obrázek 40 - Zdroje informací o fair trade*

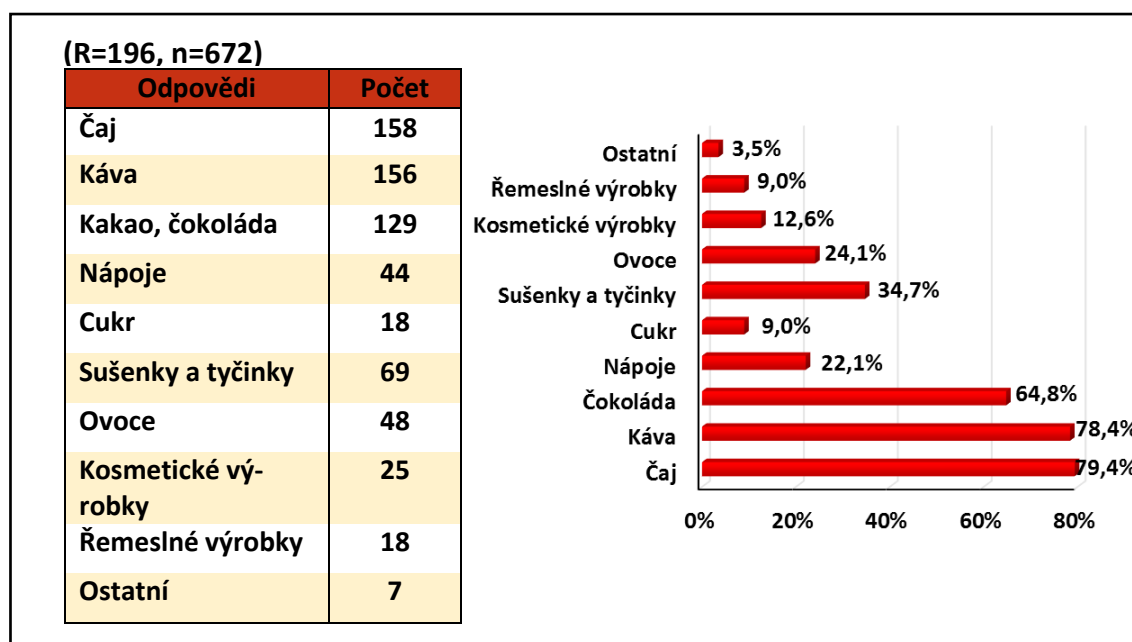


*Zdroj: Vlastní výzkum*

### Otázka č. 12: Jaké fairtradové výrobky znáte? (R=196, n=672)

Jak vyplývá z uvedených odpovědí, mezi tři nejznámější fairtradové výrobky patří čaj, který zná 79,4 % (158) respondentů, káva 78,4 % (156) a kakao a čokoláda 64,8 % (129). Naopak nejméně známé jsou kosmetické výrobky 12,6 % (25), cukr a řemeslné výrobky se shodným počtem 9 % (18) respondentů.

Obrázek 41 - Znalost fairtradových produktů

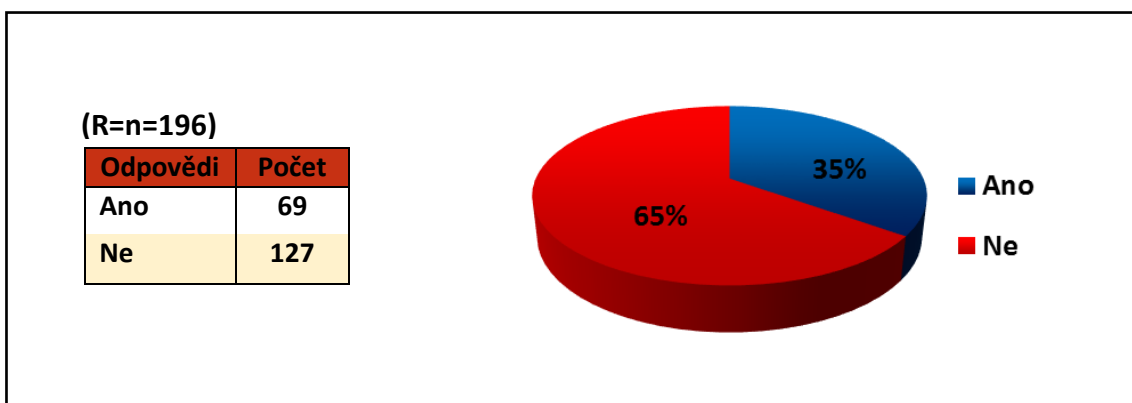


Zdroj: Vlastní výzkum

### Otázka č. 13: Zakoupil/a jste někdy fairtradový čaj? (R=n=196)

Tato otázka opět rozdělovala respondenty do dvou skupin. 35 % (69) respondentů fairtradový čaj zakoupilo a pokračovali další otázkou. Zbýlých 65 % (127) respondentů, kteří nezakoupili, pokračovali otázkou č. 19.

Obrázek 42 - Nákup fairtradového čaje

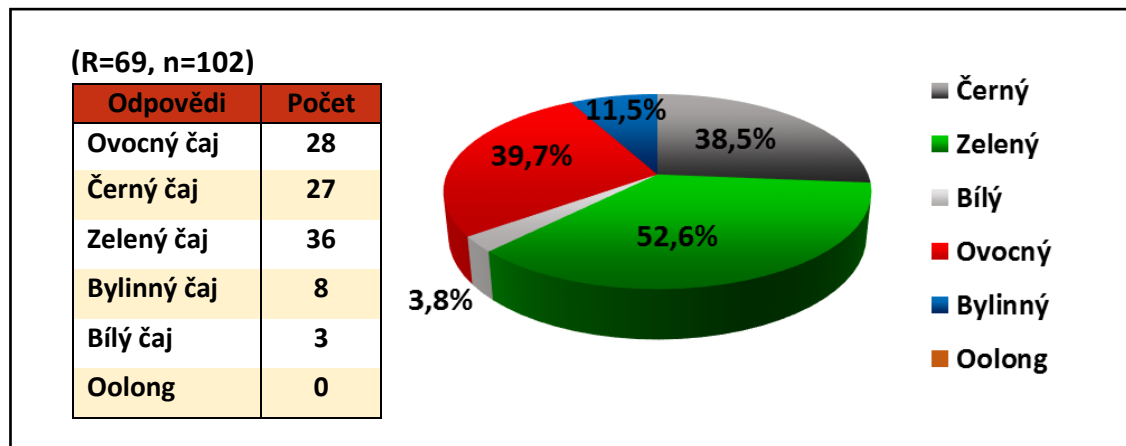


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 14 a): Upřesněte, prosím, zakoupený druh čaje. (R=69, n=102)**

Nejčastěji nakupovaným fairtradovým čajem byl čaj zelený, který zakoupilo 52,6 % (36) respondentů a čaj ovocný 39,7 % (28). Oolong nezakoupil nikdo z dotazovaných.

*Obrázek 43 - Nákup fairtradového čaje dle druhu*

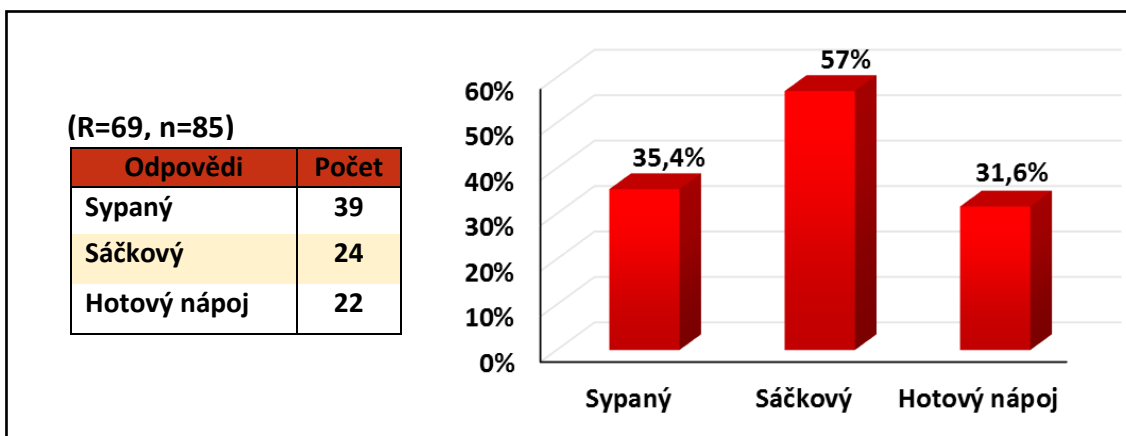


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**Otázka č. 14 b): Upřesněte, prosím, zakoupenou formu čaje. (R=69, n=85)**

57 % (39) respondentů zakoupilo fairtradový čaj ve formě sáčkového čaje. V sypané formě jej zakoupilo 35,4 % (24) respondentů a jako hotový nápoj 31,6 % (22).

*Obrázek 44 - Nákup fairtradového čaje dle formy*

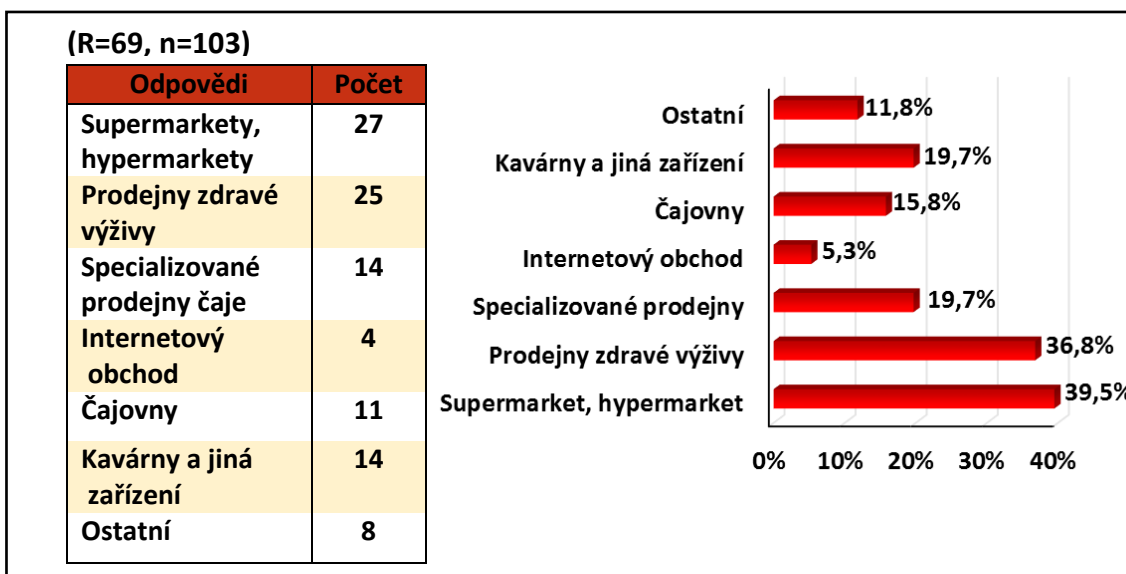


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**Otázka č. 15: Kde nejčastěji fairtradový čaj nakupujete? (R=69, n=103)**

Stejně jako obyčejný čaj kupují respondenti nejčastěji fairtradový čaj v supermarketech a hypermarketech 39,5 % (27) a prodejnách zdravé výživy 36,8 % (25). 19,7 % (14) respondentů nakupuje fairtradový čaj ve specializovaných prodejnách čaje, kavárnách a jiných restauračních zařízeních. V čajovnách jej nakupuje 15,8 % (11) respondentů. E-shop využívá pouhých 5,3 % (4) respondentů.

Obrázek 45 - Místo nákupu fairtradového čaje

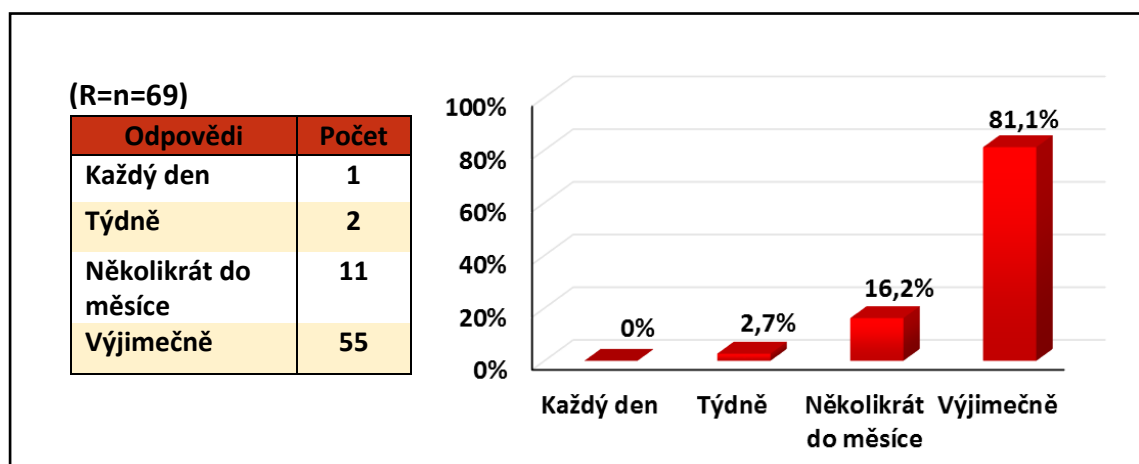


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 16 a): Jak často nakupujete fairtradový balený čaj? (R=n=69)**

Fairtradový čaj nakupuje 81,10 % (55) respondentů spíše výjimečně. Několikrát doměsíce jej nakupuje 16,20 % (11) a týdně 2,7 % (2). Z výsledků je zřejmé, že není nikdo, kdo by nakupoval fairtradový čaj každý den. Není to však nic překvapivého, protože každý den nakupuje „obyčejný balený čaj“ pouhých 0,9 % (1) respondentů.

Obrázek 46 - Nákup baleného fairtradového čaje



Zdroj: Vlastní výzkum

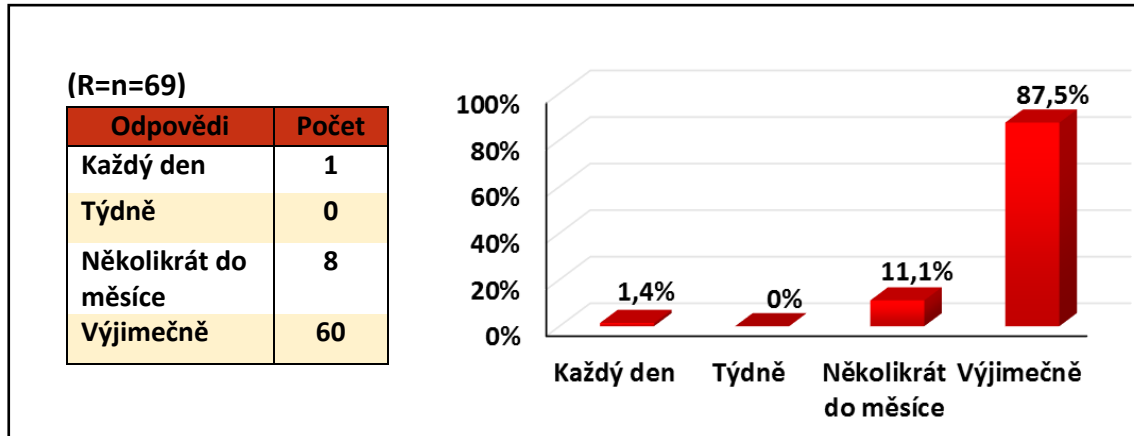
**Otázka č. 16 b): Jak často nakupujete fairtradový čaj v podobě nápoje? (R=n=69)**

Co se týče fairtradového čaje v podobě nápoje, tak ten stejně jako „obyčejný čaj“ nakupuje většina, tedy 87,5 % (60) respondentů spíše výjimečně. Několikrát do měsíce



jej nakupuje 11,1 % (8) a každý den 1,4 % (1) respondentů. Není nikdo, kdo by kupoval tento čaj týdně.

Obrázek 47 - Nákup fairtradového čaje v podobě nápoje

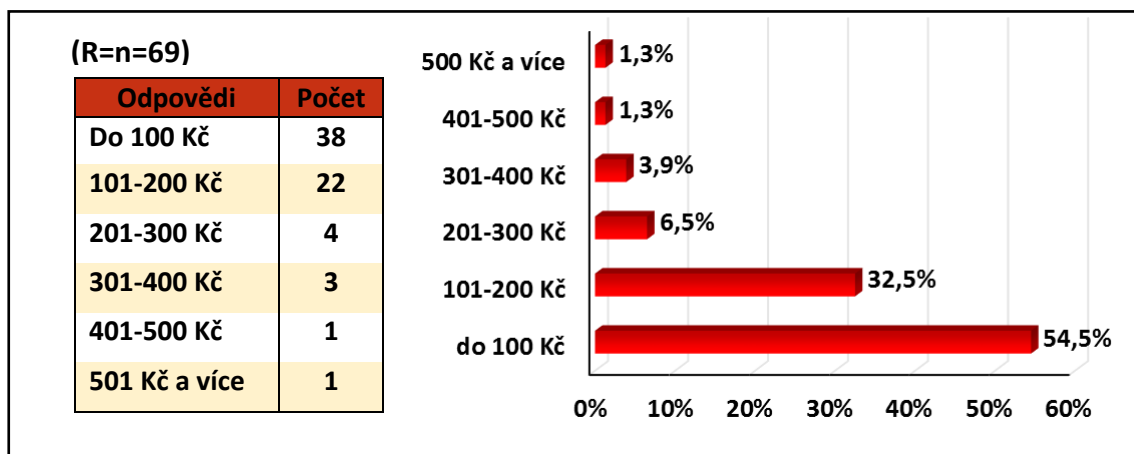


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 17: Odhadněte, prosím, kolik Kč zaplatíte měsíčně za fairtradový čaj v jakékoliv formě.** (R=n=69)

Cílem této otázky bylo zjistit, kolik peněz respondenti měsíčně utratí za fairtradový čaj v jakékoli formě. Jak je vidět z následujícího grafu, více než polovina respondentů, tedy 54,5 % (38) utratí měsíčně za fairtradový čaj do 100 Kč. 32,5 % (22) běžně utratí měsíčně 101-200 Kč. Nad 200 Kč utratí jen velmi malá část respondentů, což odpovídá četnosti nákupu fairtradového čaje, který respondenti nakupují převážně výjimečně.

Obrázek 48 - Měsíční útrata za fairtradový čaj

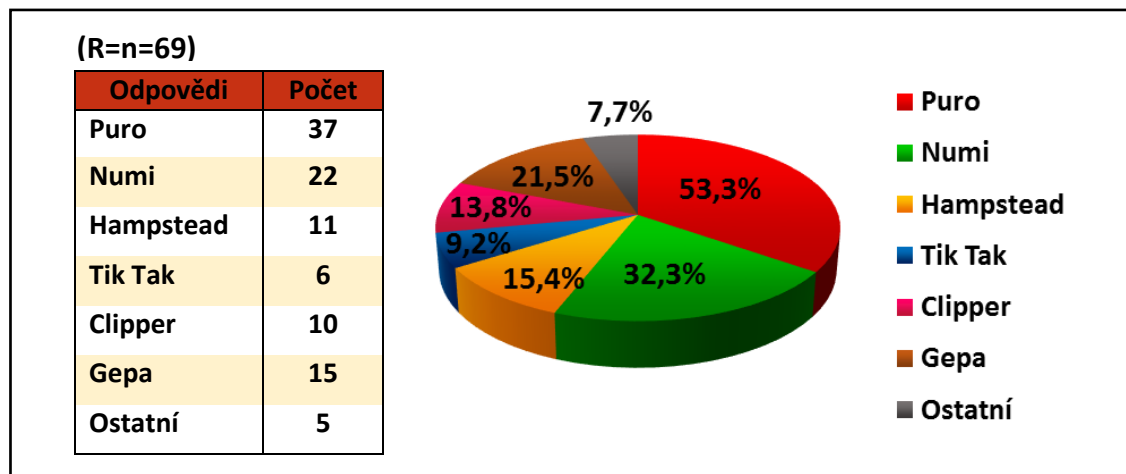


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 18: Jaké značky fairtradového čaje preferujete? (R=69, n=106)**

Značku Puro preferuje 53,3 % (37) respondentů. 32,3 % (22) respondentů dává přednost značce Numi, 21,5 % (15) značce Gepa. Nejméně nakupovanými značkami jsou Clipper, kterou upřednostňuje 13,8 % (10) respondentů a Tik Tak 9,2 % (6) respondentů.

*Obrázek 49 - Preference značky fairtradového čaje*



*Zdroj: Vlastní výzkum*

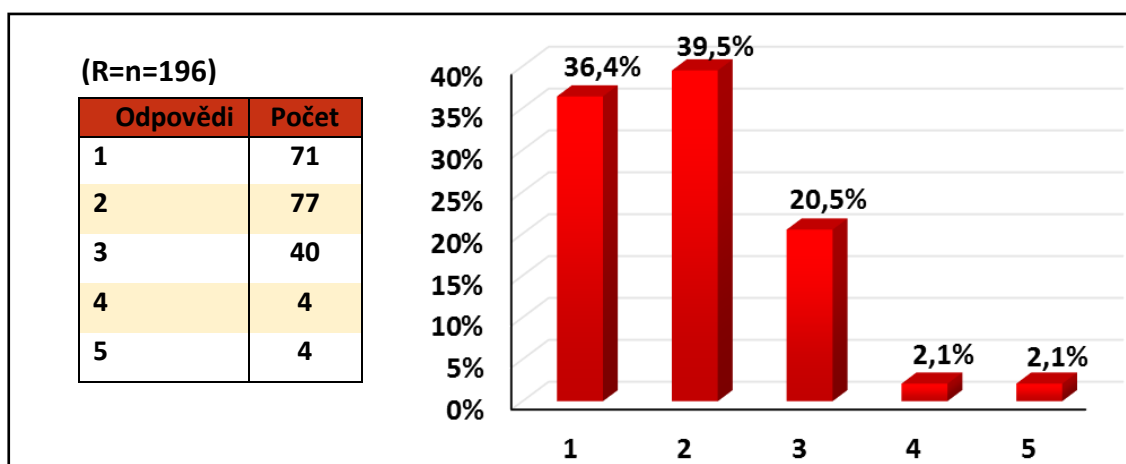
**Otázka č. 19: Jak vnímáte fairtradový čaj? (R=n=196)**

Tato otázka byla rozdělena na 4 části, kde respondenti hodnotili fairtradový čaj z hlediska kvality, ceny, dostupnosti a ekologie. U každé podotázky byla škála od 1 do 5, pomocí které respondenti vyjadřovali míru souhlasu, přičemž 1 znamenala „zcela souhlasím“ a 5 „zásadně nesouhlasím“

**a) Považujete fairtradový čaj za kvalitní?**

Z následujícího grafu je zřejmé, že většina respondentů považuje fairtradový čaj za kvalitní a jen velmi malá část naopak za nekvalitní.

Obrázek 50 - Kvalita fairtradového čaje

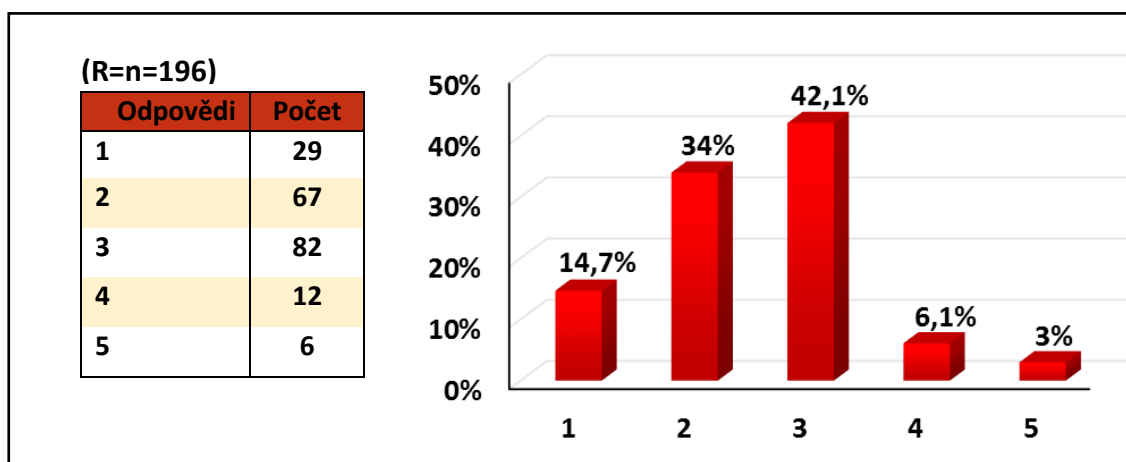


Zdroj: Vlastní výzkum

**b) Považuje fairtradový čaj za drahý?**

Za drahý považuje fairtradový čaj 48,7 % (96) respondentů, významná skupina pak nedokáže vyjádřit postoj k tomuto tvrzení.

Obrázek 51 - Cena fairtradového čaje

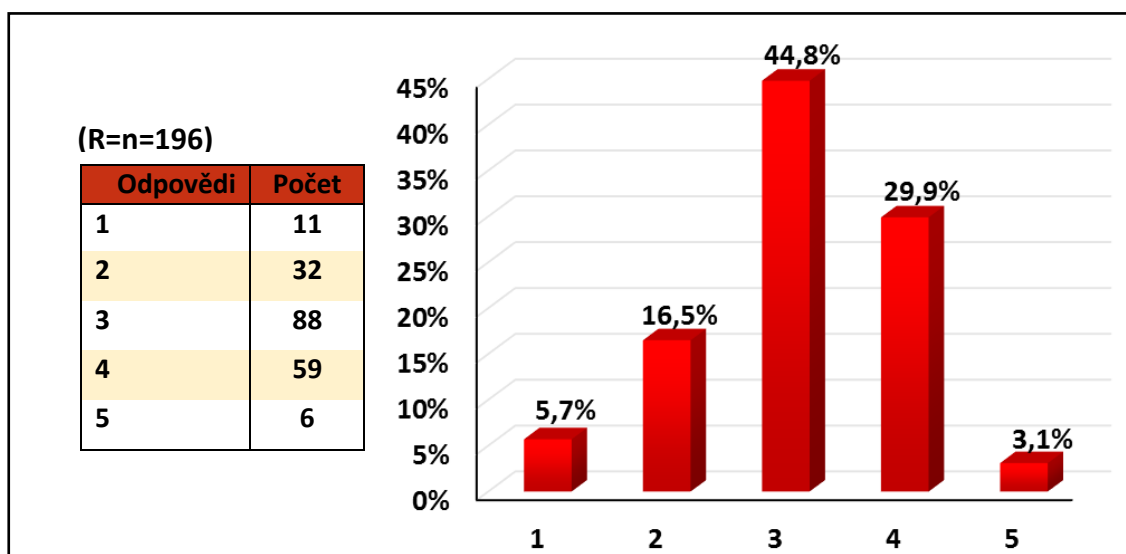


Zdroj: Vlastní výzkum

**c) Považuje fairtradový čaj za dostupný?**

Z následujícího grafu je zřejmé, že respondenti považují fairtradový čaj spíše za nedostupný. 22,2 % (43) jej považuje spíše za dostupný, naopak 33 % (65) se domnívá, že je spíše nedostupný. 44,8 % (88) respondentů nedokázalo vyjádřit svůj postoj k tomuto tvrzení.

Obrázek 52 - Dostupnost fairtradového čaje

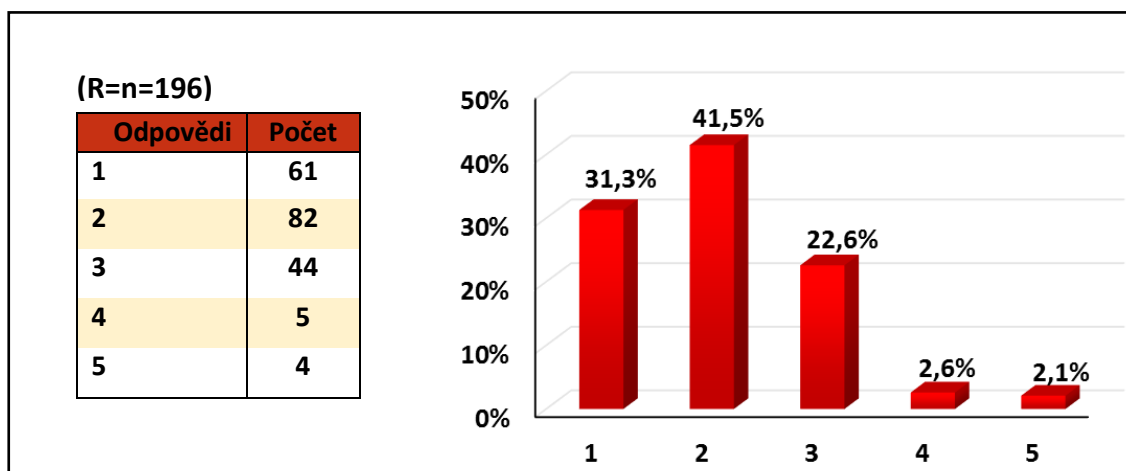


Zdroj: Vlastní výzkum

**d) Považuje fairtradový čaj za ekologický?**

Většina respondentů, tedy 73,3 % (143) považuje fairtradový čaj za ekologický. Pouhých 4,7 % (9) se domnívá, že ekologický není.

Obrázek 53 - Ekologie fairtradového čaje



Zdroj: Vlastní výzkum

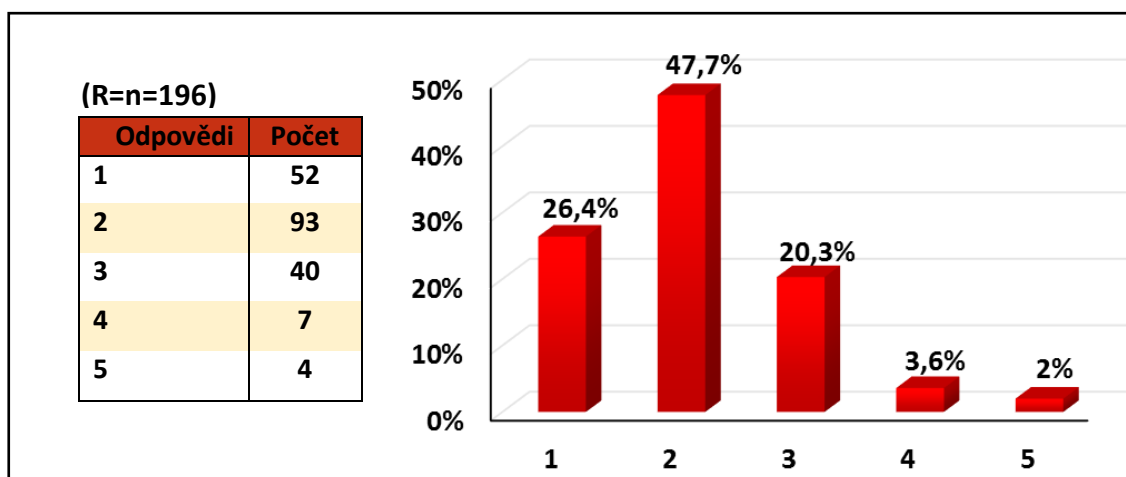
Celkově lze tedy říci, že respondenti považují fairtradový čaj za kvalitní 75,9 %, ekologický 73,3 %, spíše drahý 48,7 % a nedostupný 33 %.

**Otázka č. 20: Jak vnímáte systém fair trade? (R=n=196)**

**a) Považujete systém fair trade za ekologický?**

V porovnání s předchozím grafem jsou výsledky téměř totožné. Stejně jako fairtradový čaj, i systém fair trade považují respondenti spíše za ekologický 74,1 % (145). Nicméně těch, kteří si myslí, že je neekologický, se nepatrně zvýšil 5,6 % (11).

*Obrázek 54 - Ekologie systému fair trade*

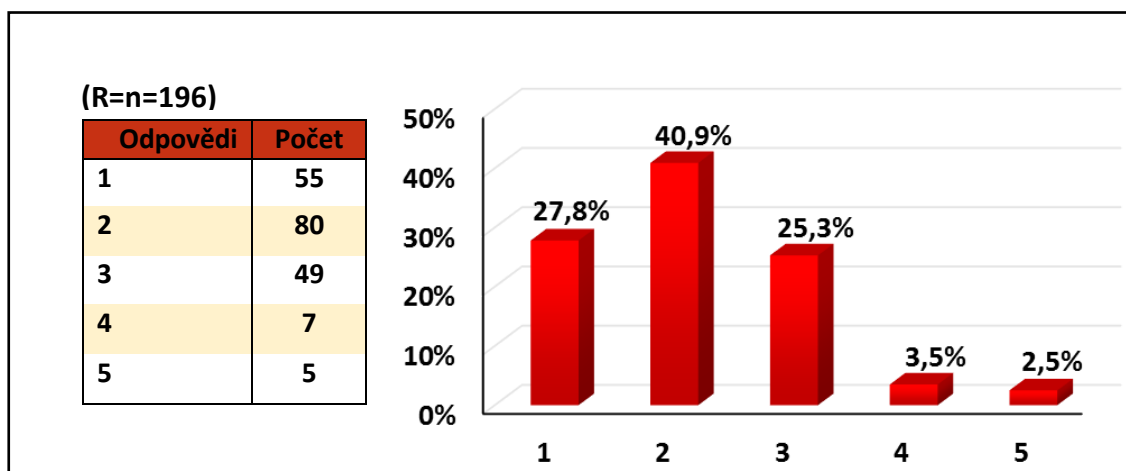


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**b) Považujete systém fair trade za spravedlivý?**

Co se týče spravedlnosti systému, většina respondentů ho opět považuje spíše za spravedlivý 68,7 % (135). Pouze 2,5 % (5) respondentů jej považuje za zcela nespravedlivý.

*Obrázek 55 - Spravedlnost systému fair trade*

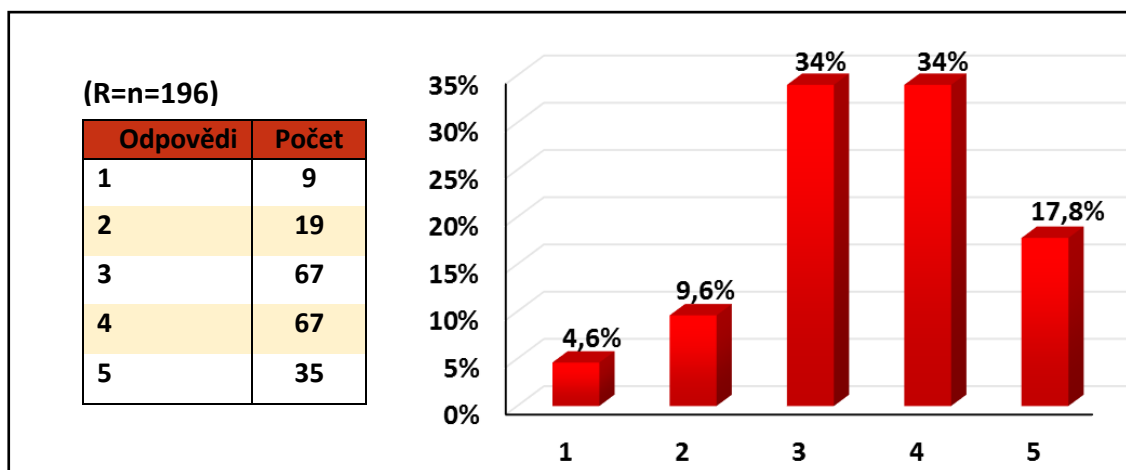


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**c) Považujete propagaci fair trade za dostatečnou?**

51,8 % (102) respondentů se domnívá, že je propagace fair trade nedostatečná. 14,2 % (28) ji považuje za dostatečnou a značná část nedokázala vyjádřit svůj názor.

Obrázek 56 - Propagace systému fair trade

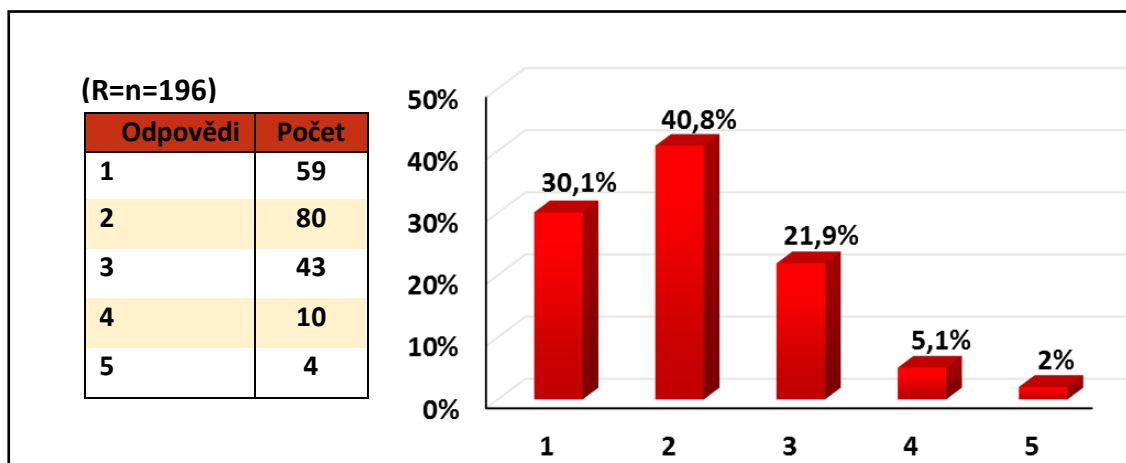


Zdroj: Vlastní výzkum

**d) Domníváte se, že systém fair trade dodržuje lidská a pracovní práva?**

70,9 % (139) respondentů si myslí, že systém fair trade dodržuje lidská a pracovní práva. Tyto práva nedodržuje podle 7,1 % (14) respondentů.

Obrázek 57 - Dodržování lidských a pracovních práv systému fair trade



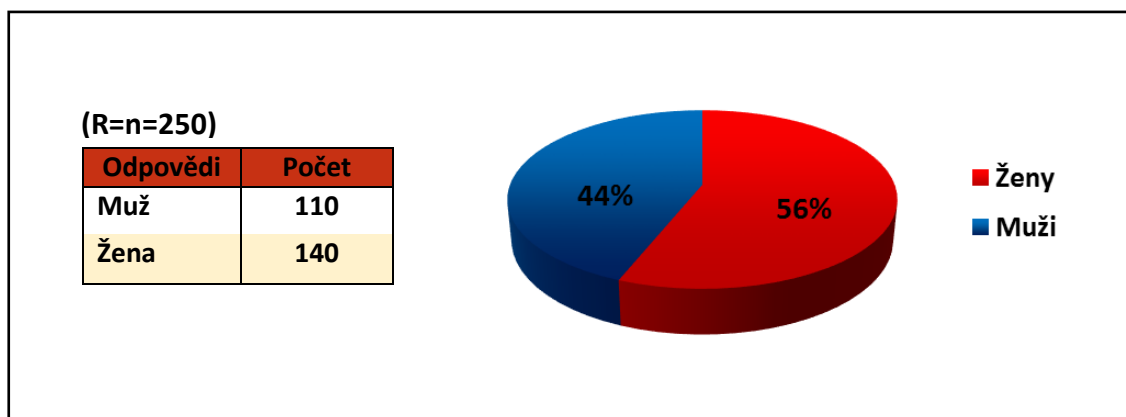
Zdroj: Vlastní výzkum

Z této otázky můžeme souhrnně říci, že si respondenti myslí, že je systém fair trade ekologický (74,1 %), spravedlivý (68,7 %) a dodržuje lidská a pracovní práva (70,9 %). Naopak propagace je dle respondentů nedostačující (51,8 %).

**Otázka č. 21: Pohlaví (R=n=250)**

Dotazníkového průzkumu se zúčastnilo 56 % žen a 44 % mužů.

*Obrázek 58 - Pohlaví*

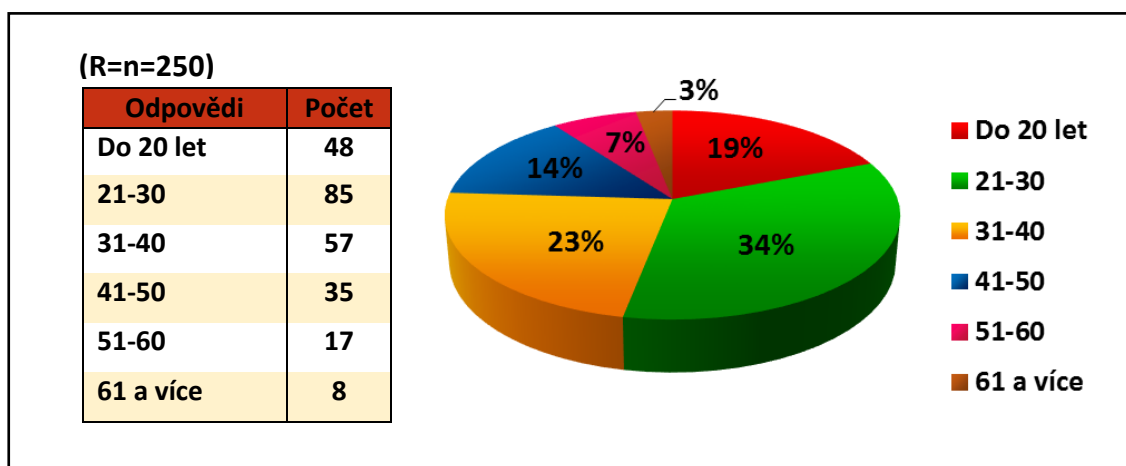


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**Otázka č. 22: Věk (R=n=250)**

Nejpočetnějšími věkovými skupinami 34 % (85) byly osoby ve věku 21-30 let, 23 % (57) ve věku 31-40 let a 19 % (48) do 20 let.

*Obrázek 59 - Věk*

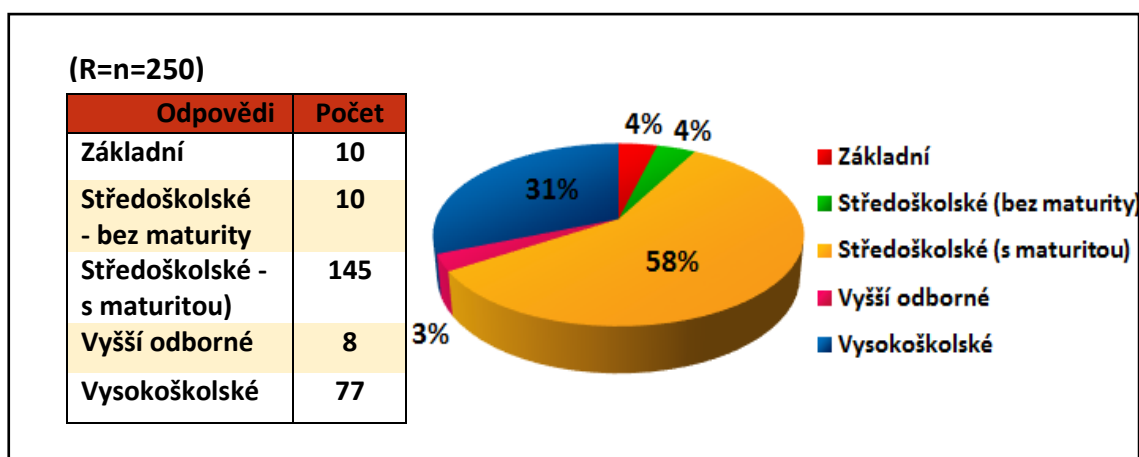


*Zdroj: Vlastní výzkum*

**Otázka č. 23: Dosažené vzdělání (R=n=250)**

Největší zastoupení měly osoby se středoškolským vzděláním s maturitou 58 % a osoby s vysokoškolským vzděláním (31 %). Nejmenší zastoupení měly osoby, které mají vyšší odborné vzdělání (3 %).

Obrázek 60 - Dosažené vzdělání

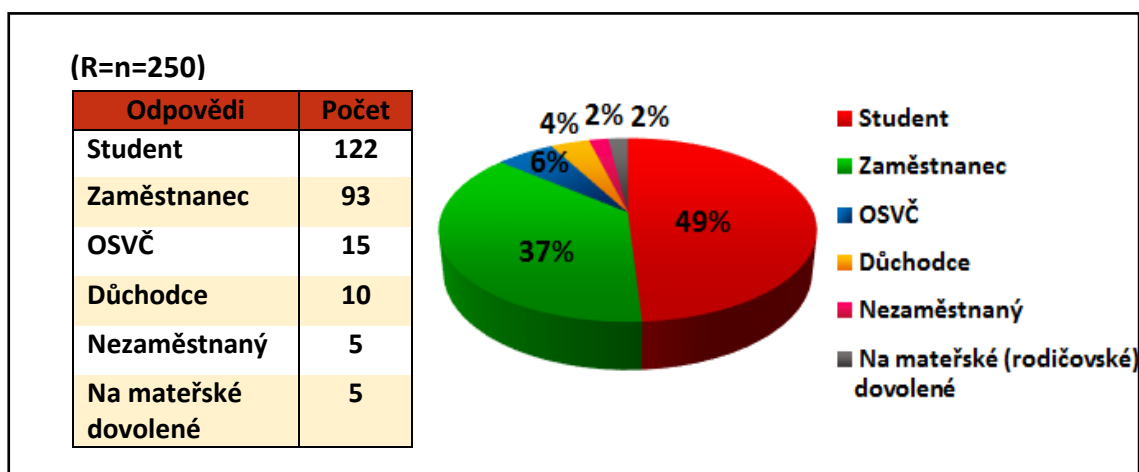


Zdroj: Vlastní výzkum

**Otázka č. 24: Současná ekonomická aktivita (R=n=250)**

Největší počet respondentů tvořili studenti (49 %) a zaměstnanci (37 %). Nejméně zastoupeny byly osoby nezaměstnané (2 %) a osoby na mateřské (rodičovské) dovolené (2 %).

Obrázek 61 - Současná ekonomická aktivita



Zdroj: Vlastní výzkum

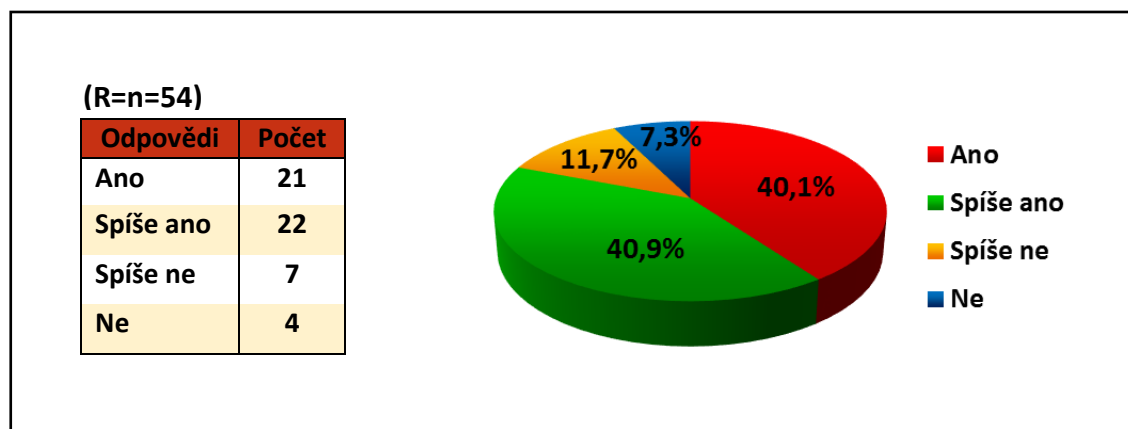
**Otázka č. 25: Zakoupili byste fairtradové produkty na základě přečteného textu? (R=n=54)**

Na tuto otázku odpovídali ti, kteří systém Fairtrade® neznají. Cílem bylo zjistit, zda by uvedený text přesvědčil respondenty ke koupi fairtradových produktů. 40,1 % respondentů odpovědělo ano, 40,9 % spíše ano. Zbýlých 11,7 % odpovědělo spíše ne a 7,3 % ne.



Z odpovědí tedy lze usoudit, že text uvedený v dotazníku motivuje většinu respondentů ke koupi fairtradových produktů.

Obrázek 62 - Přesvědčení o koupi fairtradových produktů



Zdroj: Vlastní výzkum

#### 4.1.2 Shrnutí dotazníkového šetření

Z dotazníkového šetření je zřejmé, že nejoblíbenějším čajem mezi respondenty je čaj ovocný, dále černý a zelený, a to převážně ve formě sáčků. Nejčastěji čaj nakupují v supermarketech/hypermarketech a prodejnách zdravé výživy. Balený čaj kupují převážně několikrát do měsíce a ve formě nápoje spíše výjimečně. Při výběru čaje je nejvíce ovlivňuje chuť, dále kvalita a cena. Naopak nejméně důležitým faktorem je ekologický původ, dále geografický původ a vzhled. Nejoblíbenějšími značkami čaje jsou dle průzkumu Pickwick, Teekane a Lipton.

Mezi respondenty je nejznámější certifikace Bio a Rainforest Alliance. Průměrná znalost certifikace Fairtrade<sup>®</sup> je 3,25 a dle školní stupnice ji lze označit slovy „dobrá“. Pokud respondenti zakoupili fairtradový čaj, pak šlo nejčastěji o čaj zelený, ovocný nebo černý v podobě sáčků. Nejčastěji tento čaj nakupují stejně jako běžný čaj v supermarketech/hypermarketech a prodejnách zdravé výživy, a to převážně výjimečně. Respondenti nejvíce nakupují fairtradový čaj od značky Puro či Numi a jsou za něj nejčastěji ochotni zaplatit do 100 Kč.

Fairtradový čaj považují za velice kvalitní, spíše drahý, ekologický a spíše nedostupný. Systém fair trade hodnotí jako spravedlivý a ekologický a dodržující lidská a pracovní práva, propagace je dle respondentů nedostatečná.

Z průzkumu také vyšlo, že pokud jsou spotřebitelé seznámeni s principy fungování fair trade, a skutečností, že svým nákupem mohou pomoci pěstitelům z rozvojových zemí, jsou dostatečně motivováni ke koupi.

Průzkumu se zúčastnilo 56 % žen a 44 % mužů převážně ve věku 21-30 let a do 20 let. Převážnou část tvořily osoby se středoškolským vzděláním s maturitou a vysokoškolským vzděláním.

## 4.2 Šetření v rámci maloobchodních jednotek

Tato část praktické práce se zabývá nabídkou fairtradového čaje ve vybraných maloobchodních jednotkách v Českých Budějovicích. Zvolené prodejny byly vybrány na základě letáku dodavatelů fairtradového čaje a online mapy prodejních míst Fairtrade Česko a Slovensko.

V průzkumu byly sledovány produkty označené certifikační známkou Fairtrade International<sup>®</sup>.

### 4.2.1 Prodejny zdravé výživy

Průzkum nabídky fairtradového čaje byl proveden ve 4 specializovaných prodejnách zdravé výživy. Potřebné informace byly získány na základě osobní návštěvy. Podle mapy prodejních míst Fairtrade Česko a Slovensko byla vybrána prodejna Slunečnice a na základě umístění prodejen v centru města a předpokládaného širšího sortimentu byly zvoleny: Harmonie, Pyramida, Klášterní bylinné produkty u Černé věže.

#### **Harmonie**

Tato prodejna se nachází na Senovážném náměstí v ulici Hradební. I přes široký sortiment bio výrobků fairtradové produkty neprodávají. Zaměstnanci systém fair trade neznají.

#### **Slunečnice**

Zdravá výživa Slunečnice se nachází nedaleko Lannovy třídy. Mají zde široký sortiment zejména biopotravin, knih, pracích prostředků a dalších produktů. Bohužel fairtradový čaj zde neprodávají. Na základě dotazování zaměstnanců, bylo zjištěno, že se občas sice fairtradové produkty v obchodě objeví, nicméně neměli přehled o tom jaké.

#### **Klášterní bylinné produkty u Černé věže**

Prodejna se nachází u Černé věže v ulici Hroznová. Mají zde široký sortiment biopotravin ale i fairtradových produktů. Prodávají zde fairtradovou kávu, čokoládu, kakao i čaj. Káva, kakao a čaj jsou umístěny ve velkém regálu v rohu prodejny a označeny cedulí Fair Trade Centrum, které tyto produkty dováží a malými letáčky s klíčovými informacemi o fair trade. Čokoládu nalezneme uprostřed prodejny na otočném stojanu. Zákazníci tak nemohou tyto produkty přehlédnout. Pokud by se zákazníci chtěli o těchto výrobcích dozvědět více, obsluha jim ochotně sdělí podstatné informace.

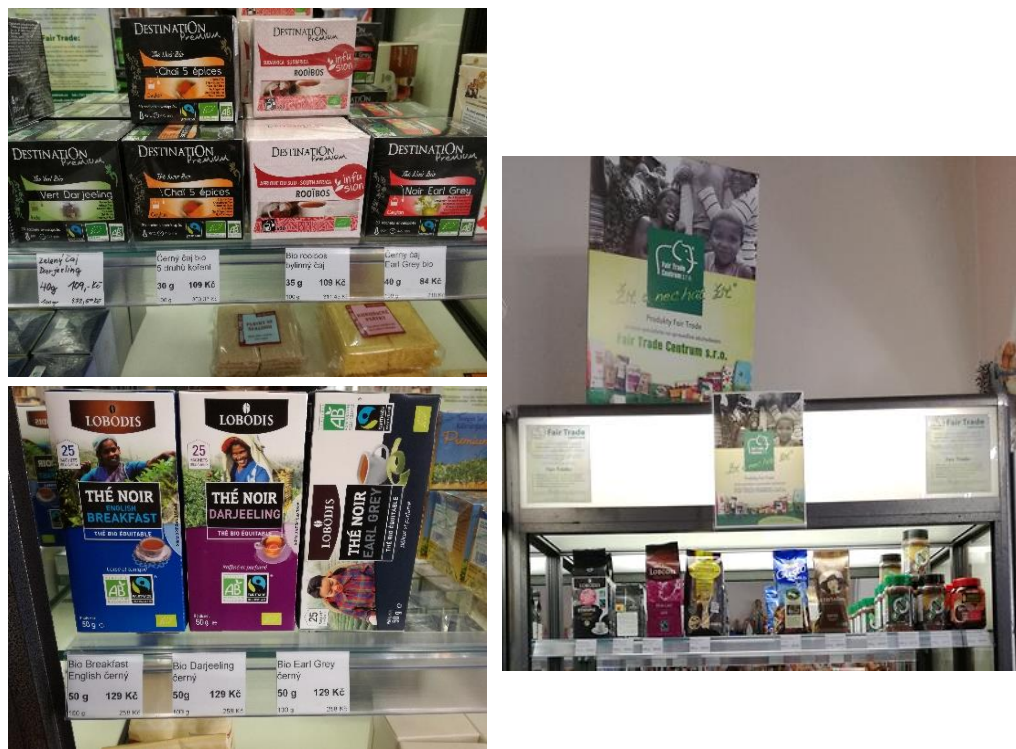
Fairtradový čaj nabízí tato prodejna od dvou výrobců: DESTIANTION Premium a LOBODIS.

Tabulka 7 - Nabídka fairtradových výrobků v prodejně zdravé výživy Bylinné a klášterní produkty u Černé věže

Výrobce	Popis	Hmotnost	Cena	Bio	Značka FLO
DESTINATION Premium	Vert Darjeeling	40 g	109 Kč	Ano	Ano
DESTINATION Premium	Chaii 5 épices	30 g	109 Kč	Ano	Ano
DESTINATION Premium	Earl Grey	40 g	84 Kč	Ano	Ano
LOBODIS	English Breakfast	50 g	129 Kč	Ano	Ano
LOBODIS	Darjeeling	50 g	129 Kč	Ano	Ano
LOBODIS	Earl Grey	50 g	129 Kč	Ano	Ano

Zdroj: Vlastní výzkum

Obrázek 63- Fairtradové výrobky – Bylinné a klášterní produkty u Černé věže



Zdroj: Vlastní výzkum

## Pyramida

Tato prodejna se nachází v Galerii Dvořák na náměstí Přemysla Otakara II. Mají zde široký sortiment biopotravin, nicméně fairtradové produkty zde neprodávají. Zaměstnanci systém fair trade neznají.

### 4.2.2 Obchodní řetězce

Pro průzkum nabízeného sortimentu v obchodních řetězcích byly na základě letáku dodavatelů fairtradového čaje a online mapy na stránkách Fairtrade Česko Slovensko zvoleny prodejny: dm drogerie markt, drogerie parfumerie Rossman, Marks & Spencer, Tesco a Kaufland. Všechny prodejny byly opět osobně navštíveny.

#### **dm drogerie markt, s. r. o.**

V Českých Budějovicích nalezneme dm drogerií několik, proto byla zvolena ta, která se nachází v centru města na Lannově třídě. Drogerie dm nabízí jak biopotraviny, tak fair trade produkty. Fairtradový čaj zde nalezneme pouze od značky Puro.

*Tabulka 8 - Nabídka fairtradových výrobků v obchodním řetězci dm drogerie markt*

Výrobce	Popis	Hmotnost	Cena	Bio	Značka FLO
PURO	Rooibos	38 g	84,90 Kč	Ne	Ano
PURO	Bloedsingsappel Orange sanguine	38 g	84,90 Kč	Ne	Ano

*Zdroj: Vlastní výzkum*

Zaměstnanci sice vědí, že tyto produkty prodávají, ale podrobnější informace neznají. Výrobky poznáme podle toho, že jsou označeny zelenou cenovkou, která upozorňuje na koncept fair trade.

*Obrázek 64 - Fairtradové výrobky-dm drogerie markt*



*Zdroj: Vlastní výzkum*

## Drogerie parfumerie Rossmann

Stejně jako u drogerie dm i zde byla zvolena prodejna, která se nachází v centru města a to na Lannově třídě. Drogerie Rossmann nabízí opravdu široký sortiment biopotravin od sušenek, kávy, kakaa, müsli po různé nápoje. Všechny tyto potraviny jsou od značky enerBio, což je privátní značka této drogerie. Fair trade produktů, je zde stejně jako biopotravin opravdu velký výběr. Nalezneme zde fairtradovou čokoládu, kakao, kávu, sušenky a čaj. Na tyto výrobky bohužel není nijak zvlášť upozorňováno a poznáme je pouze podle toho, že jsou označeny certifikační známkou Fairtrade®.

Tabulka 9 - Nabídka fairtradových výrobků v obchodním řetězci drogerie Rossmann

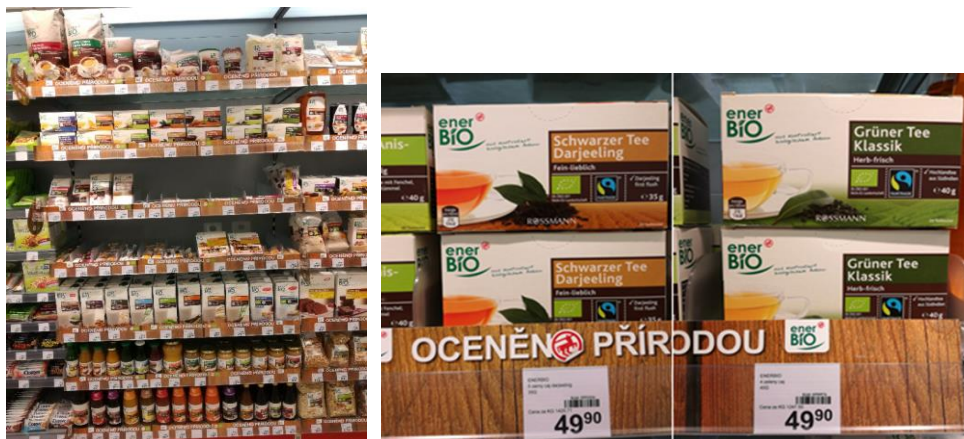
Výrobce	Popis	Hmotnost	Cena	Bio	Značka FLO
enerBio	Schwarzer Tee	35 g	49,90 Kč	Ano	Ano
enerBio	Grüner Tee Klassik	40 g	49,90 Kč	Ano	Ano

Zdroj: Vlastní výzkum

Z tabulky č. 10 vyplývá, že zde nabízejí pouze 2 druhy fairtradového čaje od již zmíněné privátní značky enerBio.

Zaměstnanci bohužel vůbec nevědí, že prodávají fairtradové produkty a nemají ani žádné informace o systému fair trade. Pouze paní vedoucí, zná tuto problematiku a byla schopna poskytnout nějaké informace. Zaměstnanci se mohou o fair trade dočíst v magazínu drogerie Rossmann a jsou na to upozorňováni i na různých školeních, a to právě proto, že tyto produkty jsou od jejich privátní značky enerBio. Bohužel, jak vyplývá z průzkumu, zaměstnankyně tato problematika nezajímá a nejsou tak schopny poskytnout zákazníkům informace o těchto produktech.

Obrázek 65 - Fairtradové výrobky – Drogerie parfumerie Rossmann



Zdroj: Vlastní výzkum

## Marks&Spencer, s. r. o

Marks & Spencer byl prvním maloobchodníkem, který v roce 2006 začal prodávat veškerou kávu a čaj pod certifikační známkou Fairtrade®. Nyní zde nalezneme ale mnohem širší sortiment fair trade produktů, jako jsou některá vybraná vína, marmelády, čokolády a další.

Tento obchodní řetězec nabízí převážně oděvy, ale v zadní části prodejny je vymezen prostor na potraviny. Všechny fairtradové výrobky jsou pod privátní značkou Marks & Spencer a jsou označeny certifikační známkou Fairtrade®, která je uvedena i na cenovkách. Nabídka fairtradového čaje je opravdu široká a cena se pohybuje většinou od 50 do 80 Kč, najdeme zde však i dražší. Během průzkumu byly výrobky zlevněny o 20 %, ale v tabulce jsou uvedeny ceny původní.

Tabulka 10 - Nabídka fairtradových výrobků v obchodním řetězci Marks & Spencer

Výrobce	Popis	Hmotnost	Cena	Bio	Značka FLO
M&S	Sáčkový – Darjeeling	125 g	59,90 Kč	Ne	Ano
M&S	Sáčkový – Kenyan	125 g	55,90 Kč	Ne	Ano
M&S	Sáčkový – Purple Tea with blueberry tea	37,5 g	99,92 Kč	Ne	Ano
M&S	Sypaný – Luxury Gold	250 g	79,90 Kč	Ne	Ano
M&S	Sypaný – Extra Strong	250 g	79,90 Kč	Ne	Ano
M&S	Sypaný – Earl Grey	125 g	59,90 Kč	Ne	Ano
M&S	Ovocný čaj – Rooibos, Vanilla & Cocoa nibs	37,5 g	79,92 Kč	Ne	Ano
M&S	Ovocný čaj – Strawberry & Raspeberry	40 g	47,90 Kč	Ne	Ano

Zdroj: Vlastní výzkum

## Tesco

Pro průzkum bylo zvoleno Tesco v ulici J. Borevského. Tesco sice můžeme najít na letáku dodavatelů produktů se známkou Fairtrade®, nicméně v této prodejně fairtradový čaj neprodávají. K dostání jsou však vybrané čaje s certifikací Rainforest Alliance, konkrétně od značky Lipton a certifikací UTZ od značky Pickwick, ale pouze u zeleného čaje.

## Kaufland

V Kauflandu v ulici Na Sádkách 1444 sice některé fairtradové produkty nalezneme, ale fairtradový čaj, zde bohužel nenabízejí. I zde jsou k dostání vybrané čaje s certifikací

Rainforest Alliance od značky Lipton a certifikací UTZ od značky Pickwick, ale pouze u zeleného čaje.

Pro úplnost průzkumu byly navštíveny i prodejny Billa, Albert, Penny market a Lidl. V těchto prodejnách sice nabízejí široký sortiment bio produktů, ale fairtradový čaj zde nenalezneme. K dostání jsou ale opět vybrané čaje s certifikací Rainforest Alliance, konkrétně od značky Lipton a certifikací UTZ od značky Pickwick, ale pouze u zeleného čaje.

#### 4.2.3 Shrnutí šetření

Z provedeného průzkumu v prodejnách zdravé výživy je zřejmé, že fairtradový čaj není často k dostání. Ze čtyř vybraných prodejen prodávají fairtradový čaj pouze v prodejně Klášterní produkty u Černé věže, kde je mimo jiné široký sortiment fairtradových výrobků, které jsou umístěny v samostatném regálu nebo na otočných stojanech. Na tyto produkty je upozorňováno cedulí se základními informacemi, proto je nelze přehlédnout. V prodejně Slunečnice fairtradový čaj sice nenabízejí, ale občas jsou k dostání jiné fairtradové produkty, na které ale není nijak upozorňováno.

V obchodních řetězcích není fairtradový čaj téměř k dostání. Výjimkou je však Marks & Spencer, drogerie dm markt a drogerie Rossmann, kde nabízí široký výběr fairtradového čaje pod svými privátními značkami a označením ochranné známky Fairtrade®. V těchto prodejnách jsou k dostání i jiné fairtradové potraviny jako je čokoláda, kakao, káva apod. Největší výběr je v Marks & Spencer a drogerii Rossmann. Na tyto výrobky však není nijak zvlášť upozorňováno. Pouze v drogerii DM markt jsou fairtradové výrobky označeny zvláštní cenovkou, která upozorňuje na koncept fair trade. V prodejnách jako je Tesco, Kaufland, Billa, Albert, Penny market a Lidl však nalezneme vybrané čaje označené certifikací UTZ či Rainforest Alliance od značek Lipton a Pickwick.



### 4.3 Zhodnocení hypotéz

**Hypotéza č. 1:** Většina dotázaných respondentů zná systém fair trade.

Pro vyhodnocení poslouží otázka č. 10: Ohodnoťte, prosím, své znalosti o fair trade a obrázek č. 39. V této otázce hodnotili respondenti své znalosti od 1 do 5 dle školní stupnice. Na tuto otázku odpovědělo pouze 21,6 % (54) respondentů, že je jejich znalost o fair trade nedostatečná. Je tedy zřejmé, že systém fair trade nezná jen malá část z dotazovaných respondentů.

Hypotéza 1 je potvrzena.

**Hypotéza 2:** Fairtradový čaj považuje za velice kvalitní většina respondentů.

Tuto hypotézu lze ověřit z otázky č. 19 a): Považujete fairtradový čaj za kvalitní? I zde respondenti hodnotili fairtradový čaj od 1 do 5 dle školní stupnice. 36,4 % (71) respondentů zvolilo známku 1 (zcela souhlasím), 39,5 % (77) známku 2 (spíše souhlasím). Celkem z odpovědí tedy vyplývá, že 75,9 % (148) respondentů hodnotí fairtradový čaj za velice kvalitní.

Hypotéza 2 je potvrzena.

**Hypotéza 3:** Většina respondentů se domnívá, že je propagace systému fair trade a fair tradových produktů nedostačující.

Pro vyhodnocení této hypotézy poslouží otázka č. 20 c): Považujete propagaci fair trade za dostatečnou? Respondenti zde hodnotili propagaci fair trade od 1 do 5 dle školní stupnice. 34 % (67) respondentů zvolilo známku 4 (spíše nesouhlasím) a 17,8 % (35) respondentů známku 5 (zcela nesouhlasím). Celkem tedy z odpovědí vyplývá, že 51,8 % (102) respondentů považuje propagaci fair trade za nedostatečnou.

Hypotéza 3 je potvrzena.

## 5. Závěr

Fair trade je systém, který se snaží podporovat pěstitele a zajistit jim lepší pracovní podmínky. Pokud se chtějí pěstitelská družstva zapojit do tohoto systému, musí projít certifikačním cyklem, který je zpoplatněný. Poplatky se odvíjejí od počtu členů v družstvech. V rámci této certifikace musí neustále splňovat produkční standardy vydané organizací Fairtrade International. Dodržování těchto standardů je kontrolováno, a pokud by došlo k jejich porušení, mohla by tato družstva o licenci přijít. Díky certifikaci mají pěstitelé zajištěnou minimální výkupní cenu za své výrobky.

Propagaci fair trade v České republice zajišťují zejména Fair Trade Česko a Slovensko a nevládní nezisková organizace NaZemi. V průběhu let vznikaly různé kampaně na podporu prodeje fair tradových výrobků, například kampaň Za férové banány či Fairtradová města, jejichž součástí jsou i církve a školy.

Při výběru čaje spotřebitele nejvíce ovlivňuje jeho chuť a kvalita. Naopak nejmenší roli pro ně hraje ekologický a geografický původ čaje. Oproti konvenčnímu čaji nakupují spotřebitelé fairtradový čaj spíše výjimečně. Mají tento čaj spojený s vyšší cenou, ale i vysokou kvalitou. Nejvíce jej nakupují v maloobchodních řetězcích a prodejnách zdravé výživy. Propagace fair trade je dle spotřebitelů spíše nedostačující.

Tomu odpovídají i výsledky z průzkumu v maloobchodních jednotkách. Na fairtradové výrobky není ve většině případů vůbec upozorňováno a jsou zařazovány mezi ostatní produkty. Proto si jich zákazník, který systém fair trade nezná, málokdy všimne. V několika málo případech některé obchodní řetězce upozorňují na tyto produkty cenovkami. Podobně špatně je na tom i informovanost zaměstnanců ohledně nabídky fairtradových výrobků. Zaměstnanci většinou nemají vůbec přehled o tom, že tyto produkty prodávají nebo kde se v jejich prodejně nacházejí.

Na základě průzkumu bylo zjištěno, že pokud se zákazníci seznámí s principy fungování fair trade, a skutečností, že svým nákupem mohou pomoci pěstitelům z rozvojových zemí, jsou dostatečně motivováni ke koupi. Proto je důležité věnovat velkou pozornost propagaci fairtradových produktů a zvýšit tak povědomí mezi spotřebiteli.

V České republice se i přes nedostatečnou propagaci maloobchodní obrat z prodaných fairtradových výrobků neustále zvyšuje. Nicméně podíl čaje na tomto obratu značně poklesl. Důvodem je, že zákazníci při nákupu dávají přednost fairtradové kávě, která v roce 2014 tvořila 68 % maloobchodního obratu.

## I. Summary and keywords

The work is divided in two parts. In theoretical part there are described general characteristics of tea, the cultivation, production zone and trade with tea. In part of fair trade there is described the Fairtrade certification system and the production standards for tea. There are essential information about fair trade tea and sale of fair trade tea.

Fair trade is aimed at reducing poverty in developing countries and allows people from countries in Africa, Asia and Latin America to earn by their own work. Their salary is fair and everything is grown with respect for the environment. If the growers cooperatives want to get involved into this system, they must comply with standards set by Fairtrade International, and pay for the certification process. Thanks to the certification have growers secured the minimum prices for their products.

In the Czech Republic, there are two organizations which ensures promoting of fair trade. Through the years was created various campaign for fair trade products.

The practical part is examined how consumers perceive the system of fair trade, fair trade tea, especially in terms of its quality and accessibility. The questionnaire survey was done in the form of a questionnaire on the internet and is aimed at people aged 18-35. When consumers choose a tea, they are the most influenced by, the taste and quality of tea. For respondents the smallest role play environmental and agricultural origins of tea. Compared to conventional tea consumers buy fair trade tea rather exceptional. They have this tea associated with a higher price but also high quality. The most often they buy fair trade tea in retail chains and health food stores. Promotion of fair trade is by consumers rather weak.

Practical part analyses the situation on the domestic market too. The exploration of offered assortment was done in retail chains and health food stores. Usually it is not alerting on fair trade products and they are included among other products. In a few cases, some retail chains used for these products special price tag.

Based on the survey it was found that if customers are familiar with the principles of fair trade, and the fact that their purchases can help farmers in developing countries are sufficiently motivated to buy fair trade products.

**Keywords:** fair trade, tea, certification system, standards, product, market, the Czech Republic, promotion, questionnaire survey

## II. Seznam použitých zdrojů

### Literární zdroje:

- Arcimovičová, J., & Valíček, P. (1998). *Vůně čaje*. (Vyd. 1., 117 s.) Benešov: Nakladatelství Start.
- Bačová V., & Hejkrliková, K. (2010). *Základní kurz pro prodejce fair trade*. Ekumenická akademie Praha; Asociace pro fair trade.
- Brzoňová. (2016). *Čaj*. Edice Jak poznáme kvalitu čaje? Praha: Sdružení českých spotřebitelů.
- Fojtíková. (2009). *Zahraničně obchodní politika ČR: historie a současnost (1945 - 2008)*. C H Beck
- Rohwer, J. G. (2006). *Tropické rostliny*. (Vyd. 2., 288 s.) Praha: Euromedia Group.
- Thomová, S., Thoma, Z., & Thoma, M. (2002). *Příběh čaje*. (Vyd. 1., 398 s.) Praha: Argo.
- Valter, K. (2000). *Vše o čaji pro čajomily*. (Vyd. 1., 190 s.) Praha: Granit.
- von Wachendorfová, V. (2008) *Čaj*. (Vyd. 1., 96 s.) Praha: Slovart.

### Internetové zdroje:

- Asianstyle.cz. (2012). *Výroba čaje a typy čajů*. Dostupné z: <http://www.asianstyle.cz/gastronomie/7212-vyroba-caje-a-typy-caju>
- Caj.thoma. (2016). *Pět čajových lístků*. Dostupné z: [http://caj.thoma.cz/vynatky\\_chut.html](http://caj.thoma.cz/vynatky_chut.html)
- Coffee and Tea. (2017). *Tea*. Dostupné z: <http://want2net.com/tea>
- Čaj.cz. (2017). *Oblasti pěstování*. Dostupné z: <https://www.caj.cz/index.php?page=oblasti-asie-afrika>
- Čajovna Shisha2. (2016). *Dělení podle kvality listu*. Dostupné z: <http://www.cajovna-shisha2.cz/zajimavosti/povidani-o-caji/deleni-podle-kvality-cajovych-listu/>
- Čajovna.cz. (2016). *Čaj, Čajovník*. Dostupné z: <http://www.cajovna.cz/cz/o-caji/caj-cajovnik/>
- Čajovna.cz. (2016). *Druhy čaje*. Dostupné z: <http://www.cajovna.cz/cz/o-caji/druhy-caje/>

Český statistický úřad. (2017). *Zahraniční obchod – metodika*. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/zo>

Čínské znaky.cz. (n. d.). *Čínský znak čaj*. Dostupné z: <http://www.cinske-znaky.cz/cinsky-znak-caj-167554.html>

Čínský čaj.cz. (n. d.). *Historie čaje I. – Čína*. Dostupné z: <http://www.cinsky-caj.cz/clanky/historie-caje-i-cina.html>

Dědinová. (2011). *Příběh čaje a čajové kultury v Česku*. Dostupné z: <http://clanky.vzdelani.cz/pribeh-caje-a-cajove-kultury-v-cesku-a4750>

Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/textile-standard.html>

Euromonitor. (2017). *Tea in the Czech Republic*. Dostupné z: <http://www.euromonitor.com/tea-in-the-czech-republic/report>

Factfish. (2016). *Tea, production quantity (tons) - for all countries*. Dostupné z: <http://www.factfish.com/statistic/tea,%20production%20quantity>

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výrobky od tradičních fairtradových organizací*. Dostupné z <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!/produkty/tradicni-vyrobyky> 91

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výroční zpráva 2008*. Dostupné z [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/2008\\_vz.0e7c.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/2008_vz.0e7c.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výroční zpráva 2009*. Dostupné z [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/2009\\_vz.ac7f.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/2009_vz.ac7f.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výroční zpráva 2010*. Dostupné z [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/2010\\_vz.2835.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/2010_vz.2835.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výroční zpráva 2011/2012*. Dostupné z [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/vyrocka\\_2011\\_web.1f2f.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/vyrocka_2011_web.1f2f.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výroční zpráva 2013/2014*. Dostupné z [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/VZ\\_2014\\_13.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/VZ_2014_13.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko (2015). *Výroční zpráva 2014/2015*. Dostupné z [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/vz\\_ft\\_2014\\_2015\\_web.5812.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/vz_ft_2014_2015_web.5812.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *Certifikace Fairtrade*. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!/obchodnici/certifikace>

Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). Dodavatelé fairtradových výrobků, Dostupné z: [http://www.fairtrade-cesko.cz/media/letak\\_dodavatele.81f5.pdf](http://www.fairtrade-cesko.cz/media/letak_dodavatele.81f5.pdf)

Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *PLNÉ ZNĚNÍ 10 PRINCIPŮ FAIR TRADE PODLE WFTO*. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/fair-trade/principy>

Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *Výrobky od tradičních fairtradových organizací*. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!produkty/tradicni-vyrobky>

Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *VÝROBKY SE ZNÁMKOU FAIRTRADE*. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!produkty/vyrobky-se-znamkou-fairtrade>

Fairtrade Česko a Slovensko. (2017). *Výrobky se známkou Fairtrade*. Dostupné z: <http://www.fairtrade-cesko.cz/#!produkty/vyrobky-se-znamkou-fairtrade>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Annual report 2010/2011*. Dostupné z: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/about\\_us/documents/FLO\\_Annual-Review\\_2010-2011\\_complete\\_lowres\\_single.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_us/documents/FLO_Annual-Review_2010-2011_complete_lowres_single.pdf)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Annual report 2011/2012*. Dostupné z: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2011-12\\_AnnualReport\\_web\\_version\\_small\\_FairtradeInternational.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2011-12_AnnualReport_web_version_small_FairtradeInternational.pdf)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Annual report 2012/2013*. Dostupné z: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2012-13\\_AnnualReport\\_FairtradeIntl\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2012-13_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Annual report 2013/2014*. Dostupné z: [http://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/resources/2013-14\\_AnnualReport\\_FairtradeIntl\\_web.pdf](http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/2013-14_AnnualReport_FairtradeIntl_web.pdf)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Annual report 20014/2015*. Dostupné z <http://annualreport.fairtrade.net/en/>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Climate Standard*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/climate-standard.html>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Fairtrade Standard for Tea for Small Producer Organizations and traders*. Dostupné z: [https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/Tea\\_SPO\\_EN.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/Tea_SPO_EN.pdf)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Fairtrade Standard for Tea for Hired Labour and Traders*. Dostupné z: [https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/Tea\\_HL\\_EN.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/generic-standards/Tea_HL_EN.pdf)

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Fairtrade Textile Standard*.

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Standards for Small Producer Organizations*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/small-producer-standards.html>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2011). *Standards for Hired Labour*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/hired-labour-standards.html>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Standard for Contract Production*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/contract-production-standards.html>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Tea*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/products/tea.html>

Fairtrade Labelling Organizations International. (2017). *Trader Standard*. Dostupné z: <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards/trade-standard.html>

Fairtrade.cz (2010). *Historie fair trade*. Dostupné z: <http://stary.fairtrade.cz/cz/36-historie-fair-trade/>

Fairtrade.cz (2010). *Historie fair trade*. Dostupné z: <http://stary.fairtrade.cz/cz/36-historie-fair-trade/>

Fairtrade.cz. (2017). *Jaký je rozdíl mezi fair trade a Fairtrade?* Dostupné z: <http://www.fairtrade.cz>

FLO Cert GmbH. (2016). *Fee System Small Producer Organization*. Dostupné z: <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2016/03/PC-FeeSysSPO-ED-27-en.pdf>

Food and Agriculture Organization of the United Nations. Statistics Division (2015). *Trade – Crops and livestock products*. Dostupné z: [http://faostat3.fao.org/download/P/\\*/E](http://faostat3.fao.org/download/P/*/E)

Gunpowder. (2011). *Historie čaje*. Dostupné z: <http://www.gunpowder.cz/historie>

- Gunpowder. (2011). *Účinky pití čaje*. Dostupné z: <http://www.gunpowder.cz/ucinky>  
<http://www.jemca.cz/zajimavosti-o-caji/indonesie>
- Chutný čaj. (2008). *Zelený čaj – účinky*. Dostupné z: <http://zeleny.chutnycaj.cz/ucinky/>
- Chutný čaj. (2008). *Černý čaj – účinky*. Dostupné z: <http://cerny.chutnycaj.cz/ucinky/>,
- Chutný čaj. (2008). *Druhy čaje*. Dostupné z: <http://www.chutnycaj.cz>
- Kearney. (2012). *More Black Tea Lowers Blood Pressure*. Dostupné z: <http://www.medicalnewstoday.com/articles/240821.php>
- Klasek Tea. (2015). *O cenách čaje a nárocích jeho pijáků*. Dostupné z: <http://blog.darjeeling.cz/2015/04/01/o-cenach-cape-a-narocich-jeho-pijaku/>
- Klímová. (2010). *Bílý čaj: Lahodný nápoj se zázračnými účinky*. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/zdrava-vyziva-2/bily-caj-lahodny-napoj-se-zazracnymi-ucinky.aspx>
- Kulveit. (2000). *Čajovník jako rostlina*. Dostupné z: <http://www.cajovnik.cz/ces01a.html>
- Mixtee.cz. (n. d.). Čaj dle kvality. Dostupné z: <https://www.mixtee.cz/rs/dle-kvality/>
- OECD. (2017). *Tea Trade*. Dostupné z: <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/hs92/0902/>
- Oriental.cz. (2010). *Zpracování čaje*. Dostupné z: <https://www.oriental.cz/clanky/zpracovani-cape>
- Svatoska.cz. (2016). *Pěstování a výroba čaje*. Dostupné z: <http://info.sks.cz/prace/www.svatoska.cz/pestovani.html>
- Svět čaje a kávy. (2012). *Indie a přilehlé oblasti*. Dostupné z: <http://svet-cape-kavy.webnode.cz/o-caji/oblasti-pestovani/>
- Tao čajovna. (2011). *Čaj Shu Pchu-er, Pu-erh*. Dostupné z: <http://www.taocajovna.cz/caj-shu-pchu-er-pu-erh--p-13.html>
- World Fair Trade Organization. (2014). 10 PRINCIPLES OF FAIRTRADE. Dostupné z: <http://www.wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>
- Zákony pro lidi.cz. (n. d.). Předpis č. 330/1997 Sb. Retrieved from: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-330>



### III. Seznam použitých zkratek

ČSÚ – Český statistický úřad

EFTA – European Fair Trade Association

EU – Evropská unie

EZA – Evangelische Zendingen Alliantie  
FAO – Food and Agriculture Organizations

FLO – Fairtrade Labelling Organization International

FMO – Fairtrade Marketing Organization

IFAT – International Federation for Alternative Trade

ILO – International Labour Organization

M&S – Marks & Spencer

NEWS – Network of European World Shops

OSN – Organizace Spojených národů

WFTO – World Fair Trade Organization

#### IV. Seznam obrázků a tabulek

Obrázek 1 - Čínský znak pro čaj.....	5
Obrázek 2 - Čajovník čínský .....	6
Obrázek 3 - Rozdíly v charakteru listů u jednotlivých skupin čajovníku.....	7
Obrázek 4 - Druhy čaje a jejich nálev.....	9
Obrázek 5 - Lisovaný čaj .....	9
Obrázek 6 - Aromatizovaný čaj .....	10
Obrázek 7 - Pět čajových lístků .....	11
Obrázek 8 - Oblasti pěstování čajovníku.....	13
Obrázek 9 - Sběr čajových listů.....	13
Obrázek 10 - Přehled produkce čaje ve světě (2013) .....	18
Obrázek 11 - Vývoj ceny čaje dle FAO (2009-2015).....	20
Obrázek 12 - Produkce a export čaje v Číně (2010-2013) .....	23
Obrázek 13 - Produkce a export čaje v Indii (2010-2013) .....	24
Obrázek 14 - Produkce a export čaje v Japonsku (2010-2013) .....	26
Obrázek 15 - Produkce a export čaje na Ceylonu (2010-2013).....	27
Obrázek 16 - Produkce a export čaje na Tchaj-wanu (2010-2013) .....	28
Obrázek 17 - Produkce a export čaje v Indonésii (2010-2013) .....	29
Obrázek 18 - Produkce a export čaje v Africe (2010-2013).....	30
Obrázek 19 - Produkce a export čaje v Jižní Americe (2010-2013).....	31
Obrázek 20 - Produkce a export čaje v Oceánii (2010-2013).....	32
Obrázek 21 – Logo World Fair Trade Organization.....	40
Obrázek 22 - Ochranná známka Fairtrade International.....	41
Obrázek 23 - Globální objem tržeb za fairtradové produkty ve světě v bil. EUR (2004-2015).....	43
Obrázek 24 - Vývoj prodeje fairtradových produktů v České republice (2005-2014)...	44

Obrázek 25 - Prodej fairtradových produktů (2014) .....	44
Obrázek 26 - Producentské fairtradové organizace .....	48
Obrázek 27 - Počet farmářů a pracovníků zapojených v systému Fairtrade® (2014).....	49
Obrázek 28 - Globální objem prodeje fairtradového čaje (2011-2015).....	50
Obrázek 29 - Využití sociální prémie u malovýrobců (2014) .....	52
Obrázek 30 - Frekvence nákupu baleného čaje .....	56
Obrázek 31 - Frekvence nákupu čaje v podobě nápoje .....	56
Obrázek 32 - Preferovaný druh čaje .....	57
Obrázek 33 - Preferovaná forma čaje .....	57
Obrázek 34 - Místo prodeje čaje.....	58
Obrázek 35 - Faktory označené jako "velmi důležité" (1).....	60
Obrázek 36 - Faktory označené jako "nedůležité" (5).....	60
Obrázek 37 - Oblíbená značka čaje .....	61
Obrázek 38 - Znalost certifikací .....	61
Obrázek 39 - Znalost konceptu fair trade .....	62
Obrázek 40 - Zdroje informací o fair trade.....	62
Obrázek 41 - Znalost fairtradových produktů.....	63
Obrázek 42 - Nákup fairtradového čaje.....	63
Obrázek 43 - Nákup fairtradového čaje dle druhu.....	64
Obrázek 44 - Nákup fairtradového čaje dle formy .....	64
Obrázek 45 - Místo nákupu fairtradového čaje .....	65
Obrázek 46 - Nákup baleného fairtradového čaje .....	65
Obrázek 47 - Nákup fairtradového čaje v podobě nápoje .....	66
Obrázek 48 - Měsíční útrata za fairtradový čaj.....	66
Obrázek 49 - Preference značky fairtradového čaje .....	67
Obrázek 50 - Kvalita fairtradového čaje.....	68

Obrázek 51 - Cena fairtradového čaje .....	68
Obrázek 52 - Dostupnost fairtradového čaje .....	69
Obrázek 53 - Ekologie fairtradového čaje .....	69
Obrázek 54 - Ekologie systému fair trade .....	70
Obrázek 55 - Spravedlnost systému fair trade .....	70
Obrázek 56 - Propagace systému fair trade .....	71
Obrázek 57 - Dodržování lidských a pracovních práv systému fair trade.....	71
Obrázek 58 - Pohlaví .....	72
Obrázek 59 - Věk.....	72
Obrázek 60 - Dosažené vzdělání .....	73
Obrázek 61 - Současná ekonomická aktivita.....	73
Obrázek 62 - Přesvědčení o koupi fairtradových produktů .....	74
Obrázek 63- Fairtradové výrobky – Bylinné a klášterní produkty u Černé věže .....	77
Obrázek 64 - Fairtradové výrobky-dm drogerie markt.....	78
Obrázek 65 - Fairtradové výrobky – Drogerie parfumerie Rossmann .....	79
Tabulka 1 - Členění čaje na druhy a skupiny.....	3
Tabulka 2 - Rozdělení čajových lístků dle fleše .....	14
Tabulka 3 - TOP 10 exportních zemí dle hodnoty (2015).....	18
Tabulka 4 - TOP 10 importních zemí dle hodnoty (2015) .....	19
Tabulka 5 - TOP 10 producentů čaje (2015) .....	19
Tabulka 6 - Přehled dodavatelů fairtradového čaje v České republice.....	50
Tabulka 7 - Nabídka fairtradových výrobků v prodejně zdravé výživy Bylinné a klášterní produkty u Černé věže .....	77
Tabulka 8 - Nabídka fairtradových výrobků v obchodním řetězci dm drogerie markt ..	78
Tabulka 9 - Nabídka fairtradových výrobků v obchodním řetězci drogerie Rossmann .	79
Tabulka 10 - Nabídka fairtradových výrobků v obchodním řetězci Marks & Spencer..	80

## V. Seznam příloh

Příloha č. 1: Požadavky na jakost čaje a přípustné hmotnostní odchylky balení čaje

Příloha č. 2: Fairtrade standardy pro čaj pro malé producentské organizace a obchodníky

Příloha č. 3: Fairtrade standardy pro čaj pro námezdní práci a obchodníky

Příloha č. 4: Mapa prodejních míst fairtradového čaje dle Fairtrade Česko a Slovensko

Příloha 5: Spotřebitelský dotazník

**Příloha č. 1: Požadavky na jakost čaje a přípustné hmotnostní odchylky balení čaje***Smyslové požadavky na jakost*

	<b>Vzhled</b>	<b>Barva</b>	<b>Vůně a chuť</b>
Čaj pravý před spařením	svinuté čajové listy nebo jejich části stonku, u ochucených a aromatizovaných čajů s částmi rostlin jiných než čajovníku	podle druhu čaje světle zelená s odstíny šedé u zeleného čaje, hnědá až černá u čaje fermentovaného, u čaje aromatizovaného nebo ochuceného s částmi rostlin jiné barvy	typické pro surovinu, čisté bez cizích pachů, případně ovlivněná použitou částí jiných rostlin
Čaj pravý po spaření	nálev čirý nebo s mírnou opalescencí až mírným zákalem	barva světle zelená s odstíny žluté, červené až tmavě hnědé v závislosti na použitém druhu čaje	Charakteristická, mírně natrpklá
Bylinné a ovocné čaje před přípravou	jsou tvořeny z různých částí rostlin	části rostlin barevně odlišné, typické pro použité suroviny a způsob zpracování	typická po použité surovině, čistá, bez cizích pachů
Po přípravě	nálev, odvar nebo macerát čirý s mírnou opalescencí až mírným zákalem v závislosti na použité surovině a způsobu přípravy	části rostlin barevně odlišné, typické pro použité suroviny a způsob zpracování	charakteristické po použitých surovinách bez cizích pachů a příchutí
Čajové extrakty	viskózní tekutina, čirá až opalizující nebo zakalená se sedimentem	typická po použité surovině	čistá, aromatická, typická pro použitou surovinu

*Fyzikální a chemické požadavky na jakost čaje*

<b>Znak</b>	<b>Čaj černý</b>	<b>Instantní</b>
celkový popel % hmotnosti nejvýše	8,0	20
vlhkost % hmotnosti nejvýše	-	6,0
vodní extrakt % hmotnosti nejméně	25	-
úbytek hmotnosti sušením při 103 °C % hmotnosti nejvýše	10,0	-

*Přípustné záporné hmotnostní odchylky balení čaje*

<b>Druh</b>	<b>Hmotnost balení</b>	<b>Odchylka hmotnosti</b>
čaj pravý	do 50 g	- 5,0 %
bylinný čaj	do 100 g	- 3,0 %
ovocný čaj	do 250 g	- 2,0 %
výrobky z čaje	nad 250 g	- 1,0 %
ochucený čaj	-	-

## **Příloha č. 2: Fairtrade standardy pro čaj pro malé producentské organizace a obchodníky**

### **FAIRTRADE STANDARDY PRO ČAJ**

#### **pro malé producentské organizace a obchodníky**

**Aktuální verze:** 01. 05. 2011

**Nahrazuje přechozí verzi:** 22. 12. 2010

**Očekávané datum další revize:** 2016

**Kontakt pro komentáře:** [standards@fairtrade.net](mailto:standards@fairtrade.net)

**Pro další informace a standardy stahujte:** [www.fairtrade.net/standards.html](http://www.fairtrade.net/standards.html)

## **Úvod**

### **Jak používat tyto Standardy**

Viz Obecné standardy pro malé producenty jako samostatný dokument, aktualizovaný organizací Fairtrade International (FLO) na jejích stránkách.

Vezměte prosím na vědomí, že platí také Obecné Fairtrade obchodní standardy. V případech kdy se specifický standard pro produkt liší od Obecných Fairtrade obchodních standardů, platí požadavky uvedené v tomto standardu.

### **Aplikace**

Produktové specifikace Fairtrade standardy pro malé producenty byly revidovány podle nových produktových klasifikací (na základě Centrální klasifikace produktů). Nové standardy platí od 1. července 2011.

### **Sledování změn**

Fairtrade International si vyhrazuje právo na změnu Fairtrade standardů v souladu se standardními operačními postupy Fairtrade International ([http://www.fairtrade.net/setting\\_the\\_standards.html](http://www.fairtrade.net/setting_the_standards.html)). Požadavky Fairtrade standardů mohou být přidávány, mazány nebo jinak modifikovány. Osoby, které musí dodržovat Fairtrade standardy jsou povinny sledovat nedokončené a finální revize na webových stránkách Fairtrade International.



Fairtrade certifikace zajišťuje shodu s Fairtrade standardy. Revize Fairtrade standardů mohou vést ke změně požadavků týkajících se Fairtrade certifikace. Osoby, které si přejí být certifikovány nebo již certifikaci mají, jsou povinny sledovat nedokončené a finální certifikační politiky a dodržovat kritéria uvedené na webové stránce upravující certifikaci – <http://www.flo-cert.net>.

## **1. Všeobecné požadavky**

### **Záměr a rozsah**

Všichni provozovatelé, kteří přebírají vlastnictví Fairtrade certifikovaných produktů a /nebo manipulují s Fairtrade cenou a sociálními příspěvky, jsou auditováni a certifikováni.

### **Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.**

Tyto standardy se vztahují na nákup a prodej čaje (Camellia Sinensis).

Pro sekce v rámci certifikace a sledovatelnosti (pouze), standardy rovněž zahrnují všechny zpracované produkty a deriváty.

### **Čaj z rostliny Camellia z Indie, zeměpisné oblasti jsou definovány takto:**

„**Severní Indie**“ čaje pěstované v oblastech: Assam, Západní Bengálsko, Tripura, Bihar, Uttaranchal, Himachal, Pradesh, Manipur, Sikkim, Arunachal Pradesh, Nagaland, Meghalaya, Mizoram, Orissa s výjimkou čajů z Darjeelingu.

„**Jižní Indie**“ čaje pěstované v oblastech: Kerala, Tamil Nadu a Karnataka, s výjimkou čajů z Nilgiri.

„**Nilgiri**“ čaje tohoto jména, které se pěstují v Nilgirských horách Kerala a Tamil Nadu ve výškách zhruba v rozmezí od 1000–2500 m.

Standardy také pokrývají sekundární produkty a jejich deriváty. Definice sekundárních produktů je zahrnuta v Příloze 1 Obecných obchodních standardů.

Nekompletní seznam produktů odpovídající definici sekundárních produktů je publikován na webové stránce Fairtrade International.

### **1.1 Certifikace**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **1.2 Označování a balení**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **1.3 Popis produktu**

Produktový specifický standard pro čaj se vztahuje pouze na čaj a instantní čaj z rostliny Camellia.

## **1.4 Ostatní produktové požadavky**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **2. Obchod**

### **Záměr a rozsah**

Tato kapitola popisuje požadavky, které musí dodržovat prodejci Fairtrade výrobků.

**Tato kapitola se vztahuje na Fairtradové produkt.**

### **2.1 Sledovatelnost**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

### **2. 2 Složení výrobku**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

### **2.3 Kontrakty**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **3. Produkce**

### **Záměr a oblast působnosti**

Tato kapitola popisuje etnické a udržitelné výrobní postupy, které stojí za každým Fairtrade produktem.

**Tato kapitola se vztahuje na Fairtradové produkty.**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **4. Obchod a rozvoj**

### **Záměr a oblast působnosti**

Tato kapitola popisuje jedinečné Fairtrade požadavky a pokládá základy pro posílení a rozvíjení producentů organizací.

**Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.**

### **4.1 Udržitelný obchod**

**4.1.1** Plány pro zajišťování zdrojů musí pokrývat každou sklizeň a musí být obnoveny minimálně 3 měsíce před koncem platnosti.

Pokud je fairtradový čaj prodáván prostřednictvím aukcí, musí tyto prodeje podléhat podmínkám podporujících větší transparentnost, lepší komunikaci a rychlejší výplatu fairtradové prémie a fairtradové minimální ceny. Tohoto bude dosaženo prostřednictvím uplatňování těchto podmínek:

Kupující sděluje výrobcí svůj záměr koupit v aukci za použití čtvrtletních plánů pro zajišťování zdrojů.

Během jednoho týdne od aukce kupující hlásí celkové informace týkající se prodeje výrobcí, včetně uvedení všech nedoplatků týkající se fairtradových plateb.

Všechny nedoplatky související s Fairtrade musí být pravidelně provedeny čtvrtletně.

Nákup čaje se prohlásí za Fairtrade v okamžiku nákupu, nebo výjimkou mohou být zpětné certifikace (podle 4.1.2).

### **4.1.2 Zpětná certifikace**

Pokud kupující nakoupí čaj od fairtradového pěstitele za normálních obchodních podmínek (ne fair trade) pak může nakoupené výrobky certifikovat zpětně.

Zpětná certifikace může být provedena za předpokladu, že transakce za zpětnou certifikaci je do výše schválených limitů níže, transakce jsou řádně zdokumentovány (viz 4.1.2.2) a fairtradové prémie a veškeré úpravy cen jsou provedeny v plné výši v řádném termínu.

#### **4.1.2.1 Retro-certifikační limity (množství a maximální doba zpětné certifikace)**

U Afrických CTC čajů může kupující zpětně certifikovat maximálně 30 % z nakoupeného objemu nejpozději 3 měsíce od provedení nákupu.

U obvyčejných afrických čajů může kupující zpětně certifikovat 100 % z nakoupeného objemu nejpozději 6 měsíců od nákupu.

Certifikovaný výrobce musí být obeznámen a musí schválit zpětnou transakci prostřednictvím „zpětného avíza“.

#### **4.1.2.2 Zpětné avízo**

Zpětné avízo obsahuje kopii originálu faktury: identifikaci kupujícího, prodávajícího, objem čaje, který je zpětně certifikován, množství fairtradové prémie, úprava fairtradové ceny (pokud byla zaplacená nižší cena, než je stanovená cena minimální) a zdůvodnění zpětné certifikace.

Všechna avíza mezi dvěma operátory musí být postupně číslována pomocí obchodníkovy jména a ID/roku/čísla transakce. (Smith824 / výrobcečaje9851 / 10/001, Smith824 / výrobcečaje9851 / 10/002, atd.). Tento kód je rovněž nutno uvádět na všech dokumentech a bankovních převodech souvisejících s konkrétní zpětnou transakcí.

Čaj nemůže být prodán či zabalen jako Fairtrade předtím, než dá výrobce písemný souhlas či schválí zpětné avízo. Podepsáním zpětného avíza ztvrzuje výrobce svůj souhlas a den kdy se objem výrobků stává díky zpětné certifikaci Fairtrade. Splatnost fairtradové prémie a úpravy ceny jsou dle čajového standardu.

Kopie podepsaného zpětného avíza a původní faktury musí být zaslány Fairtrade obchodníkem na mezinárodní e-mailový účet, [retro.tea@fairtrade.net](mailto:retro.tea@fairtrade.net) do 5 pracovních dnů ode dne prohlášení.

### **4.2 Předběžné financování**

**4.2.1** Na požadavek producenta musí Fairtrade plátce zaplatit částku až do výše 60 % z hodnoty zakázky kdykoli po podpisu smlouvy. Toto předběžné financování musí být dostupné alespoň 8 týdnů před expedicí.

### **4.3 Stanovení ceny**

Fairtrade minimální ceny a úrovně sociálních příplatků pro Fairtrade produkty jsou publikovány odděleně od produktových standardů.

#### **4.3.1 Fairtrade minimální ceny**

**Čaj z rostliny Camellia:** konvenční a organické čaje z rostliny Camellia vyrobené za použití metody CTC a „čajová drť“ a „prach“ vyrobené za použití ortodoxní metody mají stanoveny Fairtrade minimální ceny.

Fairtrade minimální cena se pro organické čaje získá přidáním organického rozdílu v horní hranici Fairtrade minimální ceny za konvenční kvalitu při sazbě 0,2 USD na kg.

Pro konvenční a organické čaje z rostliny Camellia vyrobené pomocí ortodoxní metody (s výjimkou čajové drti a prachu), se Fairtrade minimální cena nepoužije. Zaplacená cena je cena dohodnutá mezi prodávajícím a kupujícím.

**Instantní čaj zpracovaný Fairtrade certifikovanými výrobci:** Fairtrade instantní čaj nemá stanovenou Fairtrade minimální cenu; přijímají tak sjednanou komerční cenu. Za konvenční instantní čaj obdrží Fairtrade prémii ve výši 15 % z tržní ceny. Za organický instantní čaj obdrží Fairtrade prémii ve výši 10 % z tržní ceny. Příjemci Fairtrade prémie z instantních čajů jsou čajoví certifikovaní výrobci.

**4.3.2 Vedlejší produkty:** Neexistují žádné Fairtrade minimální ceny stanovené pro vedlejší Fairtrade produkty a jejich deriváty. Prodejci výrobku a jeho další kupující musí vyjednat ceny pro vedlejší produkty a jejich deriváty. Navíc musí být zaplacená výchozí Fairtrade prémii ve výši 15 % ze sjednané ceny.

Fairtrade International si vyhrazuje právo, aby do budoucna stanovila Fairtrade minimální ceny za vedlejší produkty a jejich deriváty.

**4.3.3 Platební podmínky:** V případě smluv zahrnujících Fairtrade plátce a producenty, musí být platba provedena nejpozději do 30 dnů od obdržení standardních průmyslových dokumentů při převodu jeho vlastnictví. Dokumenty, které mají být předloženy, budou uvedeny ve smlouvě a obvykle i v obchodě s čajem.

**4.3.4** Po dohodě výrobců, mohou být provedeny platby za Fairtrade prémii do konce následujícího měsíce po obdržení faktury nebo potvrzení zpětného avíza (viz odstavec 6.2.2).

V případě smluv zahrnujících Fairtrade plátce, producenty a dopravce, musí dopravci zaplatit výrobcům nejpozději do 15 dnů po obdržení platby od Fairtrade plátce.

## **Příloha č. 3: Fairtrade standardy pro čaj pro námezdní práci a obchodníky**

### **FAIRTRADE STANDARDY PRO ČAJ**

#### **pro námezdní práci a obchodníky**

**Aktuální verze:** 01. 05. 2011

**Očekávané datum další revize:** 2016

**Kontakt pro komentáře:** [standards@fairtrade.net](mailto:standards@fairtrade.net)

**Pro další informace a standardy stahujte:** [www.fairtrade.net/standards.html](http://www.fairtrade.net/standards.html)

## **Úvod**

### **Jak používat tyto Standardy**

Viz Obecné standardy pro malé producenty jako samostatný dokument, aktualizovaný organizací Fairtrade International (FLO) na jejích stránkách.

Vezměte prosím na vědomí, že platí také Obecné Fairtrade obchodní standardy. V případech kdy se specifický standard pro produkt liší od Obecných Fairtrade obchodních standardů, platí požadavky uvedené v tomto standardu.

### **Aplikace**

Produktové Fairtrade standardy pro námezdní práci byly revidovány podle nové klasifikace produktů (na základě Centrálních klasifikace produktů). Nové standardy platí od 1. října 2012.

### **Sledování změn**

Fairtrade International si vyhrazuje právo na změnu Fairtrade standardů v souladu se standardními operačními postupy Fairtrade International ([http://www.fairtrade.net/setting\\_the\\_standards.html](http://www.fairtrade.net/setting_the_standards.html)). Požadavky Fairtrade standardů mohou být přidávány, mazány nebo jinak modifikovány. Osoby, které musí dodržovat Fairtrade standardy jsou povinny sledovat nedokončené a finální revize na webových stránkách Fairtrade International.

Fairtrade certifikace zajišťuje shodu s Fairtrade standardy. Revize Fairtrade standardů mohou vést ke změně požadavků týkajících se Fairtrade certifikace. Osoby, které si přejí být certifikovány nebo již certifikaci mají, jsou povinny sledovat nedokončené a finální

certifikační politiky a dodržovat kritéria uvedené na webové stránce upravující certifikaci – <http://www.flo-cert.net>.

## **1. Všeobecné požadavky**

### **Záměr a rozsah**

Všichni provozovatelé, kteří přebírají vlastnictví Fairtrade certifikovaných produktů a / nebo manipulují s Fairtrade cenou a sociálními příspěvky, jsou auditováni a certifikováni.

**Tato kapitola se vztahuje na držitele certifikátu.**

Tyto standardy se vztahují na nákup a prodej čaje (*Camellia Sinensis*).

Pro sekce v rámci certifikace a sledovatelnosti (pouze), standardy rovněž zahrnují všechny zpracované produkty a deriváty.

**Čaj z rostliny *Camellia* z Indie, zeměpisné oblasti jsou definovány takto:**

„**Severní Indie**“ čaje pěstované v oblastech: Assam, Západní Bengálsko, Tripura, Bihar, Uttaranchal, Himachal, Pradesh, Manipur, Sikkim, Arunachal Pradesh, Nagaland, Meghalaya, Mizoram, Orissa s výjimkou čajů z Darjeelingu.

„**Jižní Indie**“ čaje pěstované v oblastech: Kerala, Tamil Nadu a Karnataka, s výjimkou čajů z Nilgiri.

„**Nilgiri**“ čaje toho jména, které se pěstují v Nilgirských horách Kerala a Tamil Nadu ve výškách zhruba v rozmezí od 1000–2500 m.

Standardy také pokrývají sekundární produkty a jejich deriváty. Definice sekundárních produktů je zahrnuta v Příloze 1 Obecných obchodních standardů.

Nekompletní seznam produktů odpovídající definici sekundárních produktů je publikován na webové stránce Fairtrade International.

### **1.1 Certifikace**

#### **1.1.1 Zpětná certifikace**

Pokud kupující nakoupí čaj od fairtradového pěstitele za normálních obchodních podmínek (ne fair trade) pak může nakoupené výrobky certifikovat zpětně.

Zpětná certifikace může být za předpokladu, že transakce za zpětnou certifikaci do schválených limitů níže, a transakce jsou řádně zdokumentovány (viz 1.1.3) a fairtradové prémie a veškeré úpravy cen jsou provedeny v plné výši v řádném termínu.

### **1.1.2 Retro-certifikační limity (množství a maximální doba zpětné certifikace)**

U Afrických CTC čajů, může kupující zpětně certifikovat maximálně 30 % z nakoupeného objemu nejpozději 3 měsíce od provedení nákupu.

U obyčejných afrických čajů, může kupující zpětně certifikovat 100 % z nakoupeného objemu nejpozději 6 měsíců od nákupu.

Certifikovaný výrobce musí být obeznámen a musí schválit zpětnou transakci prostřednictvím „zpětného avíza“.

### **1.1.3 Zpětné avízo**

Zpětné avízo obsahuje kopii originálu faktury: identifikaci kupujícího, prodávajícího, objem čaje, který je zpětně certifikován, množství fairtradové prémie, úprava fairtradové ceny (pokud byla zaplacená nižší cena, než je stanovená minimální cena) a zdůvodnění zpětné certifikace.

Všechna avíza mezi dvěma operátory musí být postupně číslována pomocí obchodníkovy jména a ID/roku/čísla transakce. (Smith824 / výrobcečaje9851 / 10/001, Smith824 / výrobcečaje9851 / 10/002, atd.). Tento kód je rovněž nutno uvádět na všech dokumentech a bankovních převodech souvisejících s konkrétní zpětnou transakcí.

Čaj nemůže být prodán či zabalen jako Fairtrade předtím, než dá výrobce písemný souhlas či schválí zpětné avízo. Podepsáním zpětného avíza ztvrzuje výrobce svůj souhlas a den kdy se objem výrobků stává díky zpětné certifikaci Fairtrade. Splatnost fairtradové prémie a úpravy ceny jsou dle čajového standardu.

Kopie podepsaného zpětného avíza a původní faktury musí být zaslány Fairtrade obchodníkem na mezinárodní e-mailový účet, [retro.tea@fairtrade.net](mailto:retro.tea@fairtrade.net) do 5 pracovních dnů ode dne prohlášení.

## **1.2 Označování a balení**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **1.3 Popis produktu**

Produktový specifický standard pro čaj se vztahuje pouze na čaj a instantní čaj z rostliny *Camellia*.



## **1.4 Ostatní produktové požadavky**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **2. Sociální rozvoj**

### **Záměr a rozsah**

Tato kapitola popisuje požadavky, které jsou specifické pro Fairtrade a hodlá položit základy pro posílení producentů a jejich rozvoje.

### **2.1 Řízení Fairtrade prémie**

**2.1.1** Pro čaj z rostliny *Camellia* musí být Fairtrade prémie použity v souladu s podmínkami uvedenými ve Fairtrade standardu pro námezdní práci a v oddíle 2.1 tohoto standardu.

**2.1.2** Vzhledem ke kritické ekonomické situaci v oblasti Darjeelingu je možné základní potřeby pro pracovníky (bydlení, voda a podobně) částečně hradit prostřednictvím Fairtrade prémie.

**2.1.3** Pro použití fairtradové prémie pro státní a firemní závazky v Darjeelingu musí být splněny následující pokyny:

- Infrastrukturní projekty prospěšné jak managementu plantáží, tak komunitám pracovníků mohou být schváleny Fairtrade International, pokud lze prokázat, že s tím dělníci souhlasí.
- Fairtrade prémie může být u takovýchto projektů použita v případě, že společnost poskytuje alespoň 50 % z celkových nákladů z vlastních zdrojů tak, aby odpovídala vynaloženým finančním prostředkům.
- V případech, kdy společnost postrádá bezprostřední kapitál pro tyto investice, může výbor pro Fairtrade prémie poskytnout úvěr společnosti na pokrytí 50 % investic společnosti, které mají být splaceny v období stanoveném tímto výborem i s úrokovou sazbou, která pokrývá alespoň míru inflace nad stanovenou dobu.

**2.1.4 Udržitelná marže:** U běžných čajů z rostliny *Camellia* získaných metodou CTC, a „čajové drti“ a „prachu“ vyrobených za použití pouze ortodoxní metody, je třeba odečíst 20 % od Fairtrade prémie. Tato částka se nazývá udržitelná marže (sustainability margin).

## **2.2 Budování kapacit**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **3. Pracovní podmínky**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **4. Environmentální rozvoj**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

## **5. Obchod**

### **Záměr a rozsah**

Tato kapitola popisuje požadavky, které musí dodržovat prodejci Fairtrade výrobků.

### **5.1 Sledovatelnost**

Neexistují žádné další požadavky. Všechny příslušné požadavky týkající se sledovatelnosti a hmotnostní bilance jsou zahrnuty ve Fairtrade obchodním standardu.

### **5.2 Zajištění zdrojů**

**5.2.1** Plány pro zajišťování zdrojů musí pokrývat každou sklizeň a musí být obnoveny minimálně 3 měsíce před koncem platnosti.

Pokud je fairtradový čaj prodáván prostřednictvím aukcí, musí tyto prodeje podléhat podmínkám podporujících větší transparentnost, lepší komunikaci a rychlejší výplatu fairtradové prémie a fairtradové minimální ceny. Tohoto bude dosaženo prostřednictvím uplatňování těchto podmínek:

Kupující sděluje výrobcí svůj záměr koupit v aukci za použití čtvrtletních plánů pro zajišťování zdrojů.

Během jednoho týdne od aukce kupující hlásí celkové informace týkající se prodeje výrobcí, včetně uvedení všech nedoplatků týkající se fairtradových plateb.

Všechny nedoplatky související s Fairtrade musí být pravidelně provedeny čtvrtletně.

Nákup čaje se prohlásí za Fairtrade v okamžiku nákupu, nebo výjimka mohou být zpětné certifikace (podle 1.1.1–1.1.3).

### **5.3 Kontrakty**

Nejsou stanoveny žádné další požadavky.

### **5.4 Předběžné financování**

**5.4.1** Na požadavek producenta musí Fairtrade plátce zaplatit částku až do výše 60 % z hodnoty zakázky kdykoli po podpisu smlouvy. Toto předběžné financování musí být dostupné alespoň 8 týdnů před expedicí.

### **5.5 Cena a platební podmínky**

**Fairtrade minimální ceny a úrovně sociálních příplatků pro Fairtrade produkty jsou publikovány odděleně od produktových standardů.**

**5.5.1 Čaj z rostliny Camellia:** konvenční a organické čaje z rostliny Camellia vyrobené za použití metody CTC a „čajová drť“ a „prach“ vyrobené za použití ortodoxní metody mají stanoveny Fairtrade minimální ceny.

Fairtrade minimální cena pro organické čaje se získá přidáním organického rozdílu v horní hranici Fairtrade minimální ceny za konvenční kvalitu při sazbě 0,2 USD na kg.

Pro konvenční a organické čaje z rostliny Camellia vyrobené pomocí ortodoxní metody (s výjimkou čajové drti a prachu), se Fairtrade minimální cena nepoužije. Zaplacená cena je cena dohodnutou mezi prodávajícím a kupujícím.

**5.5.2 Instantní čaj zpracovaný Fairtrade certifikovanými výrobci:** Fairtrade instantní čaj nemá stanovenou Fairtrade minimální cenu; přijímají tak sjednanou komerční cenu. Za konvenční instantní čaj obdrží Fairtrade prémii ve výši 15 % z tržní ceny. Za organický instantní čaj obdrží Fairtrade prémii ve výši 10 % z tržní ceny. Příjemci Fairtrade prémie z instantních čajů jsou čajoví certifikovaní výrobci.

**5.5.3 Vedlejší produkty:** Neexistují žádné Fairtrade minimální ceny stanovené pro vedlejší Fairtrade produkty a jejich deriváty. Prodejci výrobku a jeho další kupující musí vyjednat ceny pro vedlejší produkty a jejich deriváty. Navíc musí být zaplacen výchozí Fairtrade prémie ve výši 15 % ze sjednané ceny.

Fairtrade International si vyhrazuje právo, aby stanovila do budoucna Fairtrade minimální ceny za sekundární produkty a jejich deriváty.

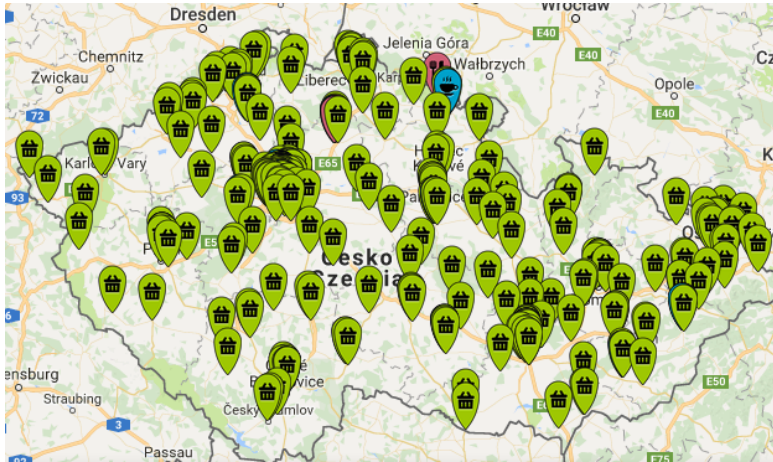
**5.5.4** V případě smluv zahrnujících Fairtrade plátce a producenty, musí být platba provedena nejpozději do 30 dnů od obdržení standardních průmyslových dokumentů při převodu jeho vlastnictví. Dokumenty, které mají být předloženy, budou uvedeny ve smlouvě a obvykle i v obchodě s čajem.

**5.5.5** Po dohodě výrobců, mohou být provedeny platby za Fairtrade prémie do konce následujícího měsíce po obdržení faktury nebo potvrzení zpětného avíza (viz odstavec 1.1).

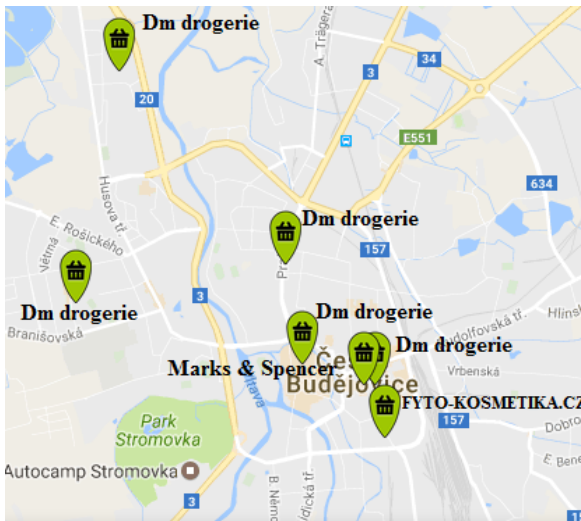
V případě smluv zahrnujících Fairtrade plátce, producenty a dopravce, musí dopravci zaplatit výrobcí nejpozději do 15 dnů po obdržení platby od Fairtrade plátce.

## Příloha č. 4: Mapa prodejních míst fairtradového čaje dle Fairtrade Česko a Slovensko

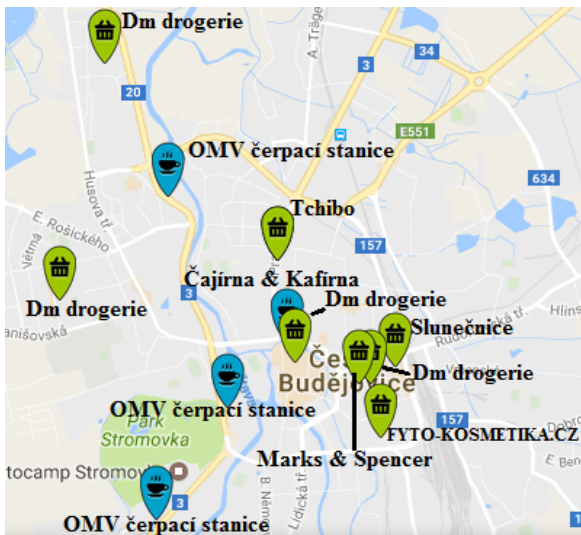
### *Místa prodeje fairtradového čaje v České republice*



### *Místa prodeje fairtradového čaje v Českých Budějovicích*



### *Místa prodeje fairtradových produktů v Českých Budějovicích*



## Příloha 5: Spotřebitelský dotazník

# Fairtradový čaj



Dobrý den, jmenuji se Kateřina Rysová a jsem studentkou 3. ročníku Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. V rámci bakalářské práce na téma: „Fairtradový čaj na českém trhu“, provádím spotřebitelský průzkum a tímto bych Vás chtěla poprosit o vyplnění krátkého dotazníku. Výsledky jsou zcela anonymní a budou použity pouze pro účely zpracování mé bakalářské práce. Zvolenou odpověď označte křížkem, děkuji.

### 1. Máte rádi čaj?

- Ano                       Spíše ano                       Spíše ne                       Ne

### 2. Nakupujete čaj?

- Ano – kupuji balený čaj  
 Ano – kupuji nápoj  
 Ne (Pokračujte otázkou č. 9)

### 3. Jak často čaj nakupujete?

#### Balený čaj

- Každý den  
 Týdně  
 Několikrát do měsíce  
 Výjimečně

#### Nápoj

- Každý den  
 Týdně  
 Několikrát do měsíce  
 Výjimečně

### 4. Jaké druhy čaje máte nejraději? (lze zaškrtnout více odpovědí)

- Černý                       Bílý  
 Zelený                       Ovocný  
 Bylinný                       Oolong  
 Jiné.....

### 5. Jakou formu čaje upřednostňujete?

- Sypaný       Sáčkový
- Pečený       Kvetoucí
- Lisovaný       Jiné:.....

### 6. Kde čaj kupujete nejčastěji? (lze zaškrtnout více odpovědí)

- Supermarket, hypermarket       Internetový obchod
- Prodejny zdravé výživy       Prodejní automaty
- Specializované prodejny       Čajovny a jiná restaurační zařízení
- Jiné:.....

### 7. Jak moc Vás při výběru baleného čaje ovlivňují tyto faktory?

(1 - velmi důležité, 5 – nedůležité)

Cena	1	2	3	4	5
Kvalita	1	2	3	4	5
Chuť	1	2	3	4	5
Velikost balení	1	2	3	4	5
Vzhled (obal)	1	2	3	4	5
Informace na obalu	1	2	3	4	5
Značka	1	2	3	4	5
Dostupnost	1	2	3	4	5
Zeměpisný původ čaje	1	2	3	4	5
Ekologický původ čaje	1	2	3	4	5

### 8. Jaká je vaše oblíbená značka čaje?

- Pickwick       Teekane
- Loyd       Lipton
- Oxalis       Jemča
- Ahmad Tea       Dilmah
- Sonnentor       Jiné:.....

### 9. Uveďte, které z následujících certifikací znáte? (lze zaškrtnout více odpovědí)

- Bio
- UTZ
- Rainforest Alliance
- Žádnou z uvedených

### 10. Ohodnořte, prosím, své znalosti o fair trade?

(1- znám podrobně; 5 neznám vůbec)

- 1     2     3     4     5

Pokud systém fair trade neznáte, přečtěte si text na konci dotazníku a odpovězte na otázku č. 25.

### 11. Kde jste o fair trade slyšeli poprvé?

- Přátelé                       Rodina  
 Internet                       Škola  
 Obchod                       Jiné.....

### 12. Jaké fairtradové výrobky znáte? (lze zaškrtnout více odpovědí)

- Čaj                               Káva                               Kakao a čokoláda  
 Nápoje                       Cukr                               Sušenky a tyčinky  
 Ovoce                               Kosmetické výrobky       Řemeslné výrobky  
 Jiné:.....

### 13. Zakoupil/a jste někdy fairtradový čaj?

- Ano     Ne (pokračujte otázkou č. 19)

### 14. Upřesněte, prosím, zakoupený druh a formu čaje (lze zaškrtnout více odpovědí)

- | Druhy                            | Formy                                 |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Černý   | <input type="checkbox"/> Sypaný       |
| <input type="checkbox"/> Zelený  | <input type="checkbox"/> Sáčkový      |
| <input type="checkbox"/> Bílý    | <input type="checkbox"/> Hotový nápoj |
| <input type="checkbox"/> Ovocný  |                                       |
| <input type="checkbox"/> Bylinný |                                       |
| <input type="checkbox"/> Oolong  |                                       |

### 15. Kde nejčastěji fairtradový čaj nakupujete? (lze zaškrtnout více odpovědí)

- Supermarket, hypermarket                       Internetový obchod  
 Prodejny zdravé výživy                       Čajovny  
 Specializované prodejny                       Kavárny a jiná restaurační zařízení  
 Jiné.....



**16. Jak často tento čaj nakupujete?**

**Balený čaj**

- Každý den
- Týdně
- Několikrát do měsíce
- Výjimečně

**Nápoj**

- Každý den
- Týdně
- Několikrát do měsíce
- Výjimečně

**17. Odhadněte, prosím, kolik Kč zaplatíte měsíčně za fairtradový čaj v jakékoliv formě.**

- do 100 Kč
- 101–200 Kč
- 201–300 Kč
- 301–400 Kč
- 401–500 Kč
- 501 Kč a více

**18. Jaké značky fairtradového čaje preferujete? (lze zaškrtnout více odpovědí)**

- Puro
- Hampstead
- Numi
- Tik Tak
- Clipper
- Gepa
- Jiné:.....

**19. Jak vnímáte fairtradový čaj?**

(1 - zcela souhlasím; 5 - nesouhlasím)

	1	2	3	4	5
Kvalitní	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drahý	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostupný	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ekologický	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**20. Jak vnímáte systém fair trade?**

(1 - zcela souhlasím; 5 - nesouhlasím)

	1	2	3	4	5
Ekologický	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spravedlivý	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostatečně propagovaný	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dodržuje lidská a pracovní práva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 21. Pohlaví

- Muž
- Žena

### 22. Věk

- Do 20 let
- 21–30
- 31–40
- 41–50
- 51–60
- 61 a více

### 23. Dosažené vzdělání

- Základní
- Vyšší odborné
- Středoškolské (bez maturity)
- Vysokoškolské
- Středoškolské (s maturitou)

### 24. Současná ekonomická aktivita?

- Student
- Zaměstnanec
- Důchodce
- OSVČ
- Nezaměstnaný
- Na mateřské (rodičovské) dovolené

Fair trade je způsob obchodu, který poskytuje pěstitelům, zaměstnancům a řemeslníkům z rozvojových zemí možnost užít se vlastní prací za důstojných podmínek.

Výrobci v rámci systému fair trade dostávají za svou práci cenu, která odpovídá nákladům na pěstování či výrobu a zároveň umožňuje důstojné živobytí.

Fair trade zaručuje férové obchodní podmínky, dodržování lidských a pracovních práv nebo šetrnost k životnímu prostředí.

Více informací naleznete na: <http://www.fairtrade-cesko.cz>

### 25. Zakoupili byste fairtradové produkty na základě přečteného textu?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

⇒ Pokračujte otázkou č. 21.