VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAHE

Fakulta medzinárodných vzťahov

Odbor: Medzinárodný obchod



Vplyv retailových organizácií v rámci alternatívnych foriem pestovania kávy

Bakalárska práca

Autor: Veronika Grófová

Vedúca bakalárskej práce: Ing. Cristina Procházková Ilinitchi, Ph.D.

Prehlásenie

Prehlasujem, že som bakalársku prácu na tému „Vplyv retailových organizácií v rámci alternatívnych foriem pestovania kávy“ vypracovala samostatne a všetku použitú literatúru a internetové zdroje uvádzam v priloženom zozname zdrojov.

V Prahe dňa ....

Podpis

Poďakovanie

Na tomto mieste by som sa rada poďakovala Ing. Cristine Procházkovej Ilinitchi, Ph.D. za cenné rady a ústretový prístup pri vedení mojej bakalárskej práce.

Obsah

Zoznam grafov a tabuliek 5

Úvod 6

1. Svetový trh s kávou 8

1.1. História kávy 8

1.2 Pôvod a produkcia kávy 9

1.3 Svetoví producenti kávy 12

1.3.1 Najväčší svetoví producenti kávy 13

1.4 Životné podmienky obyvateľstva v oblastiach pestovania kávy 14

2. Alternatívne formy obchodu 16

2.1 Fair Trade 16

2.2 Direct Trade 22

2.3 Porovnanie bežnej a alternatívnej formy obchodu 24

3. Retailové reťazce s kávou 27

3.1 Retailové reťazce z hľadiska Fair Trade 29

3.2 Organizácie vybraných retailových reťazcov 30

3.3 Starbucks vs. Costa Coffee 36

Záver 38

Zdroje 40

Zoznam grafov a tabuliek

Graf č. 1 : Svetová produkcia kávy v roku 2017 podľa krajiny (v tisícoch 60 kg vriec). 12

Graf č. 2 : Príjmy z Fair Trade produktov 2004 – 2016 v miliónoch eur 21

Graf č. 3 : Predaj Fair Trade výrobkov v miliónoch eur za rok 2015 podľa krajín 29

Tabuľka č.1 : Vybrané organizácie z hľadiska oblasti pôsobenia a ich ciele 35

Úvod

Keď sa spomenie slovo káva, väčšina z nás si automaticky predstaví lahodný nápoj s bohatou arómou. Tento „životabudič“ sa stal každodenným rituálom pre tisícky ľudí po celom svete. Vychutnávajú si ju ľudia v skoro všetkých častiach zemegule, pre mnohých sa stala symbolom nabíjača energie. Začiatkom 21. storočia sa káva dostáva ešte viac do povedomia ľudí a v súčasnosti nájdete kaviarne v mestách na každom rohu. Aj kvôli tomu vznikajú ešte stále nové druhy tohto nápoja. Menšie či väčšie retailové reťazce poskytujú rôzne varianty, od espressa cez cappuccino až po flat white s príchuťami spájajúcimi sa s ročným obdobím či konkrétnymi sviatkami. Ja osobne som jedna z tých, ktorí po tomto nápoji siahajú minimálne dvakrát do dňa.

Kávovníkové zrná sú v dnešnej dobe jednou z najviac obchodovaných komodít na svete. Dopyt po nich spôsobuje od polovice 19. storočia viac-menej neustály rast trhu a obchodu s kávou. Ten je neodmysliteľne spätý s jej exportom a produkciou. Práve káva je vďaka jej pestovaniu a vývozu považovaná v mnohých krajinách za stabilizačnú silu poskytujúcu prosperitu a ekonomickú stabilitu. Napriek tomu sú pestovatelia kávovníkov, hlavne v rozvojových krajinách, nútení žiť v neprípustných podmienkach, dostávať neprimerane nízke platy či stávať sa obeťami obchodu s ľuďmi. V mojej bakalárskej práci sa preto zaoberám aj alternatívami k voľnému obchodu, ktoré sú reakciou na nemysliteľné podmienky, v ktorých sú pestovatelia a výrobcovia z rozvojových krajín nútení pracovať a predávať tovar - teda aj kávu. K zlepšovaniu životnej úrovne pomáhajú v súčasnosti aj rôzne neziskové organizácie svetových retailových reťazcov, ktorým nie je ľahostajný osud ľudí, od ktorých káva, ktorú ponúkajú, pochádza. Prvá kapitola mojej práce sa zameriava na kávu ako komoditu a cestu kávy od pestovania po export. Taktiež sa zameriava na podmienky života farmárov najväčších pestovateľských oblastí z globálneho hľadiska. Druhá kapitola je zameraná hlavne na alternatívne formy obchodu – Fair Trade a Direct Trade a ich komparáciu s bežným obchodom s kávou. Hlavným cieľom mojej bakalárskej práce je porovnanie činnosti vybraných retailových reťazcov s kávou, konkrétne spoločností Starbucks a Costa Coffee, voči životným podmienkam v najviac kávu produkujúcich krajinách, komparácia ich neziskových organizácií a predpoveď ich ďalšieho vývoja. Vedľajším cieľom je komparácia obchodu s kávou voči jeho alternatívnym formám.

K vytvoreniu mojej bakalárskej práce som použila poväčšine overené internetové zdroje, ako International Coffee Organization, UNESCO, Fair Trade International, World Bank, Starbucks, Statista a iné. Rovnako som využila aj súčasnú knižnú literatúru zaoberajúcu sa touto tematikou. Čo sa týka číselných údajov, snažila som sa dohľadať čo najnovšie štatistiky overených portálov, hore uvedených. Vďaka nim som mohla vytvoriť všetky grafy, ktoré sú uvedené v mojej práci.

1. Svetový trh s kávou

1.1. História kávy

Slovo káva je odvodené z arabského slova „gahwah“, čo znamená vzrušenie a silu. V 17. storočí boli týmto názvom pomenované viaceré druhy nápojov rastlinného pôvodu, napríklad aj víno. Jej pôvod nie je úplne jasný, historici ale najčastejšie uvádzajú Etiópiu alebo Jemen. Prvé údaje o kávovníku ako rastline a o káve ako takej existujú len vo forme starovekých povestí. Všetky pochádzajú z Blízkeho Východu. Jedna z nich z 13. storočia hovorí o šejkovi Hadžim Omarovi z Jemenu, ktorý sa kvôli vystupovaniu voči panovníkovi dostal do vyhnanstva. Vďaka vtákovi, ktorého raz pozoroval, naďabil na zvláštnu rastlinu, a kvôli nedostatku potravy si z nej skúsil vytvoriť odvar. Ten mu neublížil, ale naopak dodal silu. Ako lekár ho odporučil piť svojim pacientom a správa o zázračnej rastline sa rýchlo rozšírila. Panovník a mesto ho nakoniec prijali späť a vítali ako hrdinu. Ďalšími dvoma najznámejšími legendami sú Historka arabského pútnika a Legenda o pastierovi a jeho stáde kôz. Tá prvá je najmladšia, pochádza z 1. polovice 15. storočia. Podľa nej si arabský pútnik na svojej ceste naprieč Etiópiou chcel urobiť prestávku a najesť sa. Na uvarenie jedla si potreboval rozložiť oheň a tak olámal najbližšie kry. Narazil práve na kávovník so zrnami a po ich obhorení zacítil ich vôňu. Vytvoril si nápoj, ktorý mu dodal silu a káva bola na svete.[1] Posledná historka je zároveň najznámejšou a najstaršou, odohráva sa v 9. storočí. Mladý pastier kôz na planine v Etiópii spozoroval, že jeho stádo je po skonzumovaní neznámeho kra divokejšie a energickejšie. S tajomstvom sa zveril v neďalekom kláštore a po skonzumovaní zŕn sa zistili priaznivé účinky kávy aj u človeka.[2] Práve aj vďaka nim sa začal kávovník záhradnícky rozširovať. Postarali sa o to nomádi, obchodníci, migrujúci domorodci a aj otroci. Tí si na cestu brávali zásoby kávovníkových zŕn, aby im ich účinky pomohli premôcť únavu a prežiť tak cestu do krajín, do ktorých boli transportovaní. Takto sa káva dostala do Mekky, ktorá bola v Stredoveku hlavným obchodným centrom Arabského sveta. Arabi potom priviezli zrná aj na Srí Lanku v roku 1505. O viac ako sto rokov neskôr kávovníky na tomto ostrove začali pestovať Holanďania. Odtiaľ sa rozšírili do Indie, ďalej Indonézie, Holandska, Francúzska a nakoniec aj do Južnej Ameriky. Prvé terasovité záhrady a neskôr plantáže vznikli v Jemene. Vo Francúzsku

[1] Augustín Jozef. 2016. U kávy o kávě a kávovinách. Brno: Nakladatelství JOTA. 362 s. ISBN 978-80-7462-850-4

[2] Tchibo Corporate Website SK 2018. História kávy – Káva. https://tchibo.com/servlet/content/463324/-/root-page/tchibo-company/sortiment/kvov-ponuka/histria-kvy.html

sa dokonca skupina nadšencov pokúšala o vypestovanie kávovníkov voľne v oblasti Dijonu, samozrejme, neúspešne. Čo sa Holandska týka, rastlina bola vysádzaná len v skleníkoch, respektíve voľne len v oblastiach kolónií, kde na to boli vhodné klimatické podmienky. Významnú úlohu tu zohral amsterdamský starosta Nicolas Witson, ktorý nariadil začiatok pestovania kávy na ostrove Jáva. Práve Holanďania priniesli kávu v 17. storočí do Európy ako prví, spolu s nemeckými, francúzskymi a talianskymi kupcami. Káva bola v tom období už veľmi žiadaným obchodným artiklom.[3] Prvé kaviarne začali vznikať v Mekke a vo vtedajšom Konštantínopole bola prvá kaviareň otvorená v roku 1517 pod názvom Maktab al Irfán. Praženú kávu spolu s kanvičkou na jej uvarenie priniesol do Európy, konkrétne prístavu v Marseille, šľachtic Pierre de la Roque až v roku 1644.V 17. storočí bola v Európe otvorená prvá kaviareň Florian v Benátkach, ktorá funguje dodnes.[4] Európske kaviarne sa od tých na Blízkom Východe odlišovali prístupom k zákazníkom. Zákazníci mali už od začiatku v ponuke aj dennú tlač či možnosť zahrať si spoločenské hry, v tej dobe napríklad veľmi obľúbený šach. Umelci aj šľachta si tam chodili oddýchnuť od mestského života. Kaviarne boli centrom informácií denného života občanov.[5]

1.2 Pôvod a produkcia kávy

Kávové zrno je semeno kávovníkových stromov alebo krov rastúcich v subtropických oblastiach. Kávovníky sú drevité rastliny druhu morenovitých, po latinsky Coffea. Vo svete sa nachádza mnoho ich podtried, či už voľne rastúcich, alebo vyšľachtených, pestovaných na samostatných plantážach. Sú jednými z mála rastlín, na ktorých rastú súčasne aj kvety, aj plody. Ich kolobeh a zber sa preto neustále opakuje. Bobule sa skladajú z hrubšej vrchnej vrstvy, dužiny a samotného zrna. U niektorých druhov kávovníkov je dužina dokonca významnejšia ako zrno, pretože obsahuje vysoké množstvo bielkovín. Skvasená sa využíva na tvorbu likérov a rôznych iných nápojov. Tieto rastliny môžu dorásť až do výšky 10 metrov a ich korene siahajú aj do 1,5 metrovej hĺbky. Dožívajú sa viac ako 100 rokov a zbierať plody z nich farmári vedia niekedy aj 40 rokov. Ich produktivita je priamo úmerná veku každej rastliny.[6] Kávovníkové zrná vieme podľa geografického pôvodu rozdeliť do štyroch základných skupín. Prvou sú arabské a africké zrná a druhou indonézske zrná, oba známe výraznou chuťou. Ďalšími dvoma

[3] ČerstváKáva.cz 2008. Rozšíření kávy. http://www.cerstvakava.cz/clanky/rozsireni-kavy/
[4] Cafepoint.sk 2018. Ako sa káva rozšírila po svete. http://www.cafepoint.sk/blog/ako-sa-kava-rozsirila-po-svete
[5] Augustín Jozef. 2016. U kávy o kávě a kávovinách. Brno: Nakladatelství JOTA. 362 s. ISBN 978-80-7462-850-4
[6] Tchibo Corporate Website SK. 2018. Spracovanie kávy – Káva. https://tchibo.com/servlet/content/463280/-/root-page/tchibo-company/sortiment/kvov-ponuka/spracovanie-kvy.html

sú zrná z Južnej Ameriky a Afriky a zrná z bližšie nešpecifikovaných oblastí, napríklad Havaja alebo Galapág. Väčšinu svetovej produkcie kávy zaberajú dva najrozšírenejšie druhy, a to Arabica a Robusta. Rod Coffea Arabica je typický väčším, oválnym tvarom zrna v tvare písmena „S“. Najčastejšie sa pestuje v Južnej, Strednej Amerike a Afrike – hlavne v Etiópii a Keni, pri nadmorskej výške viac ako 600 metrov nad morom a optimálnej teplote maximálne 24 °C. Vyžaduje pôdu bohatú na minerály a vysoké množstvo zrážok. Jej bobule dozrievajú aj 9 mesiacov. Dorastá do výšky 4,5 metra. Obsah kofeínu sa pohybuje v rozpätí 0,9 až 1,9 %. Má jemnejšiu, ale kyslejšiu chuť ako Robusta. Nápoj z nej vytvorený je väčšinou orieškovo-hnedej farby s červenkastým nádychom. Navyše, vďaka vysokej prítomnosti olejov je aromatická a menej horká. Druhým najžiadanejším a najpestovanejším druhom je rod Coffea Canephora, teda Robusta. Od Arabicy sa líši svojimi oválnejšími, širšími a nie tak dlhými zrnami. Vie byť vypestovaná aj pri nižšej nadmorskej výške, vyššej teplote a za vysokej vlhkosti. Dorastá do výšky až 6 metrov. Pestuje sa najmä v Indonézii, Vietname a afrických krajinách Kamerunu a Pobrežia Slonoviny. Na rozdiel od Arabicy obsahuje vyššie množstvo kofeínu, od 1,7 po 4 %. Jej chuť je výrazne horkejšia, korenistejšia a takmer bez kyslosti. Arabica tvorí 70 % svetovej produkcie kávy, Robusta 30 %. Okrem toho je rastlina kávy Arabica zraniteľnejšia než druh Robusta a preto potrebuje väčšiu pozornosť. Tento faktor prispieva k vyšším nákladom na Arabicu ako na Robustu, tá je teda na trhu drahšia.[7]

Kávovníky začínajú prinášať úrodu po 3 až 4 rokoch od výsadby. Najprv sa obsypú takmer 30 000 bielymi kvetmi, ktoré sa neskôr premenia na plody vo veľkosti čerešne. Dozrievajú do tmavočervenej farby. V oblastiach častejšej zmeny ročných období dozrievajú raz do roka, v tých tropickejších raz za 6 mesiacov. Preto sa žatva rozdeľuje na hlavný a vedľajší zber. Častejší zber trvá zvyčajne dlhšie, pretože na kroch rastú zároveň dozreté a nedozreté bobule. Dozretie Robusty trvá dlhšie, niekedy až 11 mesiacov, preto sa zber uskutočňuje len raz ročne.[8] Existujú 3 hlavné metódy zberu kávy. Prvým je ručný zber, takzvaný „picking“. Ten sa ďalej delí na pásový a výberový. Pásovou metódou sa manuálne zbierajú len dokonale dozreté plody v priebehu 10 dní. Je ekonomicky a časovo náročný – na 500 gramov zŕn je potrebné zozbierať 2,5 kilogramu bobúľ. Väčšinou sa využíva na zber Arabicy. Ďalšou metódou je ručný zber pásovou technikou. Je to vlastne len hromadné zozbieranie celej úrody. Ďalšou technikou je

[7] Bauli Nadine. Get Coffee, Be Happy! 2017. Arabica vs Robusta Coffee Beans. https://www.getcoffeebehappy.com/difference-arabica-robusta-coffee-beans/

[8] How to coffee. 2018. Pestovanie, zber a spracovanie kávy. http://howtocoffee.eu/pestovanie-zber-a-spracovanie-kavy/

zber kávovníkových bobúľ česaním - takzvaný „stripping“. Od kmeňa až po koniec vetiev sa naraz zozbierajú všetky plody, s nimi ale aj tie nezrelé a poškodené a neskôr sa musia triediť.[9] Bobule sa hádžu buď priamo do košov, alebo na plachty pod krami, či, v horšom prípade, rovno na zem. Tu treba počítať s trochu nižšou kvalitou kávy ako pri predošlej metóde. Využíva sa pri Robuste a etiópskej a brazílskej Arabice. Okrem ručného zberu existuje ďalej strojový, respektíve kombajnový zber. Je možné ho uskutočniť len na väčších plantážach s rovinatým povrchom a pri nižšej nadmorskej výške. Má podobný efekt ako stripping, ale je nešetrný k plodom a strháva okrem nich aj vetvičky a listy. Naproti tomu, je menej nákladný a pestovatelia nemusia byť závislí na sezónnych pracovníkoch. Využíva sa najmä v krajinách s nedostatkom pracovnej sily a s množstvom veľkých plantáží. Viac netradičnými formami sú neskorší a selektívny zber. Ten prvý sa zameriava na chuť kávy, kedy sa bobule na kre nechávajú až do dozretia. Vytvorí sa na nich ušľachtilá pleseň, ktorá káve dodáva charakteristickú sladkastú chuť. Pri selektívnom zbere sú bobule skonzumované konkrétnymi druhmi zvierat, najmä opicami, cibetkami, či vtákmi. Domorodí farmári potom vyzbierajú a očistia ich výkaly, ktoré sa ďalej spracovávajú.[10] Existujú tri hlavné postupy spracovávania. Primárnym je suchý postup, nazývaný aj „natural“, alebo „dry-processed“. Patrí medzi najjednoduchšie a najmenej finančné metódy. Plody sa rozostrú na plachtu alebo na zem, pričom pomaly schnú pôsobením slnka a vetra. Musia byť pravidelne obracané, buď farmármi ručne, alebo traktormi, či koňmi, aby uschli rovnomerne. Uschnuté bobule sa potom ošúpu a sú triedené podľa veľkosti a kvality. Táto metóda sa vykonáva pri zrnách nižšej kvality. Ďalším v poradí je mokrý postup, takzvaný „fully washed“ alebo „wet-processed“. Je náročnejší ako ten prvý, pretože na plantážach musí byť zaistené väčšie množstvo vody. Na 1 kilogram sa spotrebuje skoro 150 litrov vody. Využívané sú tu Aagaardove triediace stroje. Aagaard bol vynálezca a nórsky pestovateľ kávovníkov v Keni. Plody cez sitá padajú do nádrže s vodou. Ťažšie, dozreté plody padajú na dno nádoby, pričom ľahšie, poškodené či nedozreté bobule vyplávajú na povrch a sú odnášané prúdom vody. Po ukončení procesu sa musia vysušiť, na veľkých farmách sú na to využívajú špeciálne zariadenia. Nasleduje fermentácia použitím baktérie Lactobacillus acidophilus, ktorá vytvára Ph prostredie a oddeľuje kožku na zrnku. Tie sú následne sušené. Posledným postupom je polo-mokré spracovanie kávových zŕn, ktoré pozostáva z kombinácie suchého a mokrého spracovania. Využívajú sa tu Aagaardove triediace

[9] Darboven. 2018. Pestovanie a zber kávy. https://darboven.com/sk-sk/home-sk/o_kave/co_ma_vplyv_na_kavu

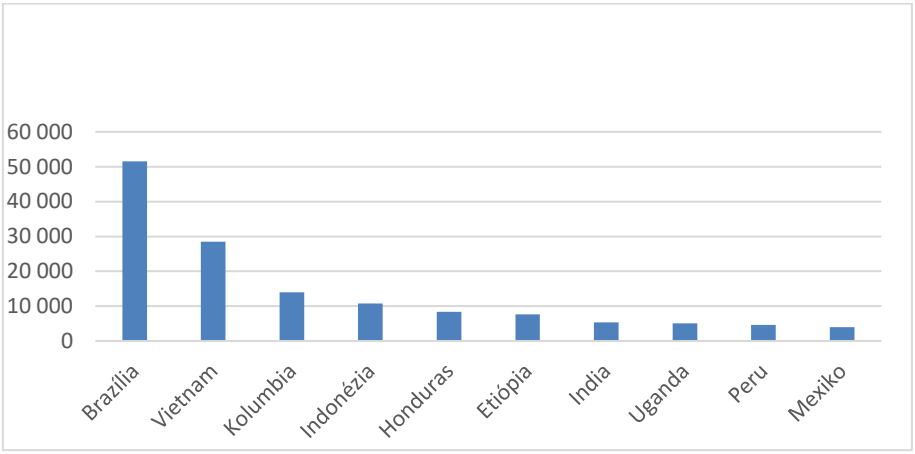
[10] Augustín Jozef. 2016. U kávy o kávě a kávovinách. Brno: Nakladatelství JOTA 362 s. ISBN 978-80-7462-850-4

stroje, pričom zrná sú potom sušené na slnku.[11]Následne sú zrná triedené a leštené, aby mohli byť pripravené na zhodnotenie. Pred ich zabalením a exportom musí byť v laboratóriu hodnotené zrno z hľadiska chute, vône, vzhľadu a podobne. Po kontrole sú roztriedené, zabalené do vriec a exportované do skladov. Do miesta určenia sú väčšinou dopravené kombinovanou dopravou.[12]

1.3 Svetoví producenti kávy

Podľa International Coffee Organisation bolo v decembri roku 2017 exportovaných 10 621 000 vriec s kávou, každé o hmotnosti 60 kilogramov, s medziročnou zmenou 0,7 %.[13] Káva bola v roku 2017 vyvážaná hlavne z Brazílie. V minulom roku expedovala 51,5 milióna vriec s kávou a považuje sa za najväčšieho producenta kávy na svete. O rok skôr vyvezených vriec bolo dokonca 55 miliónov. Jej vývoz tvorí dnes asi 40 % celosvetového exportu s kávou.

Graf č. 1 : Svetová produkcia kávy v roku 2017 podľa krajiny (v tisícoch 60 kg vriec)



Statista. 2018. World coffee production leading countries 2017 | Statistic.
https://www.statista.com/statistics/277137/world-coffee-production-by-leading-countries/

[11] Veselá Petra. Ritual Coffee. 2016. Spracovanie kávových zŕn. https://www.ritualcoffee.eu/blog/spracovanie-kavovych-zrn/

[12] Augustín Jozef. 2016. U kávy o kávě a kávovinách. Brno: Nakladatelství JOTA 362 s. ISBN 978-80-7462-850-4

[13] ICO. 2018. International Coffee Organization - Trade Statistics Tables. http://www.ico.org/trade_statistics.asp

Na druhom mieste sa umiestnil v roku 2017 Vietnam, ktorý tvorí asi 20% svetového vývozu týchto pražených zŕn. Po nich nasledujú Kolumbia, Indonézia, Honduras, Etiópia, India, Uganda, Peru a Mexiko.[14]

1.3.1 Najväčší svetoví producenti kávy

Brazília nezohrávala odjakživa prvenstvo v pestovaní a exporte kávy. Kávovník bol do Brazílie prvý krát prinesený francúzskymi osadníkmi v 18. storočí. V tej dobe sa krajina zaoberala najmä pestovaním cukrovej trstiny. Od roku 1820 ale trstina začala strácať významnosť na svetových trhoch. Kávovníku sa v tejto krajine darilo a polia s ním sa začali rozrastať. Boom nastal po začatí kultivácie rastliny v regióne Vale do Paraíba, v ktorom sa nachádzajú aj São Paulo a Rio de Janeiro.[15] V priebehu 19. storočia už bola brazílska káva jednotkou v Európe a Amerike a v roku 1840 sa Brazília stala najväčším vývozcom kávy na svete. V rokoch 1851 – 1860 tvoril export kávy Brazílie 48 %, na konci 19. storočia 61,5 %.[16] V krajine vznikla nová spoločnosť ovládaná takzvanými kávovými barónmi, bohatými majiteľmi plantáží. Títo získali postupne aj veľkú politickú moc, prispeli k vytvoreniu republiky v roku 1889 a investovali do bankových inštitúcií, infraštruktúry, železníc, úverovej expanzie a industrializácie. Po zrušení otroctva v roku 1888 sa zvýšil príliv európskych pracovníkov do brazílskej ekonomiky vytvorením vládnych programov. Kávová ekonomika, ako bola nazývaná perióda expanzie brazílskej kávy od roku 1840, bola pozastavená až Veľkou hospodárskou krízou v 30. rokoch 20. storočia. Rozvoj exportu sa začal obnovovať v 50. rokoch minulého storočia, krajina sa už ale začala zaujímať aj o vývoz iných komodít. V krajine sa dnes nachádza, rozširovaných od roku 1950, približne 300 tisíc kávových plantáží. Kávový priemysel je rozmiestnený pozdĺž 13 brazílskych štátov, najväčšie sú v štátoch São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Paraná a Goiás. Odvetvia, maloobchodné a spotrebné jednotky kontroluje v súčasnosti Brazílska asociácia kávového priemyslu, ktorá vznikla v roku 1973 a predstavuje najdôležitejšiu regulačnú inštitúciu kávového priemyslu. Obsahuje programy, ktoré sa zameriavajú na čistotu, kvalitu brazílskej kávy a aj na udržateľnosť kávových polí.[17] Krajina je v súčasnosti tou najvýznamnejšou a to nie len v kontexte výroby a exportu, ale rovnako aj v konzumácii kávy vo svete. Posledné štatistiky za roky 2016/2017 uvádzajú, že Brazílčania

[14] Statista. 2018. World coffee production leading countries 2017 | Statistic. https://www.statista.com/statistics/277137/world-coffee-production-by-leading-countries/
[15] Mallo Juliana. The Brazil Business. 2014. Brazilian Coffee Industry. http://thebrazilbusiness.com/article/brazilian-coffee-industry
[16, 17] Graça Filho, Afonso de Alencastro. 2004. A economia do Império brasileiro. São Paulo: Atual, 2004.

skonzumovali za dané obdobie až 20,5 milióna žochov kávy.[18] Čo sa týka druhej najväčšej exportérskej mocnosti, Vietnam sa začal zaoberať pestovaním kávy rovnako v 19. storočí a začal považovať plantáže kávy za svoju ekonomickú výhodu. Od tej doby má vietnamská produkcia kávy rastúcu tendenciu, ktorú prerušila len Vietnamská vojna, začiatkom v polovici 50. rokov minulého storočia. Po jej konci v roku 1975 sa začala produkcia pomaly obnovovať.[19]Väčší obrat nastal až v roku 1985, kedy sa vietnamské poľnohospodárstvo začalo viac zaujímať o pestovanie kávy. V 90. rokoch minulého storočia vzrástla produkcia kávy o 20 až 30 %, čo výrazne prispelo aj k zlepšeniu stavu vietnamského hospodárstva. V roku 1990 sa vyexportovalo 1,145 milióna vriec, v roku 1999 už 7,727 milióna.[20] V roku 1994 žilo približne 60 % vietnamských obyvateľov pod hranicou chudoby, dnes je to asi len 10%. Priemysel v súčasnosti zamestnáva približne 2,6 milióna ľudí na menších farmách o veľkosti dvoch až troch akrov pôdy.[21]

1.4 Životné podmienky obyvateľstva v oblastiach pestovania kávy

Životné podmienky farmárov a zberačov kávových plantáží nie sú priamo úmerné vykonávanej práci. Farmári si nedokážu zarobiť dostatok peňazí na uživenie rodín, mnohí trpia nedostatkom pitnej vody a žijú v neľudských podmienkach. Medzi najväčšie problémy v súčasnosti patria: detská práca, nebezpečné postrekové látky a zlé zaobchádzanie s nimi, nízky plat, obchodovanie s ľuďmi, negramotnosť, nízka úroveň zdravotnej starostlivosti a iné. Najvhodnejším príkladom pre fungovanie plantážnictva a jeho vplyvu na obyvateľov je Brazília. Jedným z najväčších problémov, s ktorými musí bojovať, je detská práca.[22] Podľa brazílskeho práva a Medzinárodnej organizácie práce je protizákonné zamestnávať deti mladšie ako 16 rokov, mladistvých od 16 do 18 rokov je možné zamestnať len v prípade, že práca nebude zasahovať do ich školského plánu.[23] Napriek tomu v súčasnosti v Brazílii pracuje niekoľko tisíc detí na plantážach oberajúc kávovníkové kry. Podľa štatistík Brazílskeho geografického a štatistického ústavu z roku 2013, viac ako polovica týchto mladých pracovníkov ešte nedosiahla vek 14 rokov. Ďalších závažným problémom je aplikovanie pre

[18] ICO. 2018.International Coffee Organization - Trade Statistics Tables. http://www.ico.org/trade_statistics.asp
[19] Achilles Coffee. 2018. Major Coffee Growing Regions Of The World. https://achillescoffeeroasters.com/major-coffee-growing-regions-of-the-world/
[20] ICO. 2018. Historical Data on the Global Coffee Trade. http://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics
[21] Summers Chris. BBC News. 2014."How Vietnam Became a Coffee Giant." http://www.bbc.com/news/magazine-25811724.
[22] Danwatch. 2018. Bitter kaffe. https://old.danwatch.dk/undersogelse/bitter-kaffe/
[23] DEL5452. DECRETO-LEI N.º 5.452, DE 1º DE MAIO DE 1943. Subchefia para Assuntos Jurídicos. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del5452.htm

človeka a prostredie nebezpečných pesticídov na kávovníky. Pesticídy sa využívajú vo väčšine rozvojových krajín. Na brazílskych kávových plantážach sa používajú na boj proti hmyzu. Káva môže byť poprašovaná látkami, ktoré sú v EÚ nezákonné, pretože sú akútne toxické a spôsobujú rôzne, aj závažné ochorenia. Obsahujú chemickú látkou Terbufos, ktorá človeka môže vo väčšom množstve dokonca zabiť. Príznaky otravy sú nedobrovoľné svalové kontrakcie, slzenie očí, zrakové poruchy, znížená koordinácia, závraty, vracanie, ťažkosti s dýchaním a strata vedomia. Môže spôsobiť reprodukčné ťažkosti, problémy pripomínajúce Parkinsonovu chorobu, ako napríklad trasenie rúk či problémy pohybového aparátu, a v niektorých prípadoch dokonca rakovinu. Terbufos je pritom len jednou z asi 30 škodlivín, ktoré sú zakázané Európskou úniou, no povolené Brazíliou a ďalšími štátmi. Mnohí pracovníci používajú pesticídy bez dostatočného ochranného vybavenia a otrava nimi je tak pomerne rozšírená. Obaly výrobkov totiž len zvyčajne odporúčajú, aby pracovníci používali košeľu s dlhými rukávmi, rukavice, klobúk, masku na tvár, okuliare a topánky. Neberie sa však do úvahy klimatické podnebie, teda horúčava a možná dehydratácia postrekovača, nehovoriac o nedostatku ochranných prostriedkov. Bežne sa tak miesto masky na tvár využíva len napríklad papierová vreckovka. Zapríčinené je to z časti aj nevedomosťou pracovníkov. Tí si dokonca v niektorých oblastiach s horším prístupom k pitnej vode do prázdnych fliaš od týchto chemikálií naberajú vodu pre seba a svoju rodinu z riek. Aj pitná voda potom obsahuje stopy týchto škodlivín. Škodia tým nie len sebe, ale aj svojej rodine.[24] Nemenej dôležitým problémom je aj mzda pracovníkov na farmách. Tá je buď väčšinou veľmi nízka, alebo žiadna. Často sa pohybuje hlboko pod úrovňou minimálnej mzdy, čo je v Brazílii 954 brazílskych realov, teda v prepočte asi 295 USD. Podľa brazílskeho Odboru štatistiky a sociálno-ekonomických štúdií v rámci Únie (DIEESE) sa však suma potrebná na pokrytie minimálnych nákladov na živobytie rovná 3.752,65 realu.[25] Niektorí plantážnici platia pracovníkom za počet naplnených vriec, nehľadiac na množstvo úrody daného roka. Zamestnanci sa poväčšine boja opýtať si väčší plat, pretože je dnes mnoho z nich nahrádzaných strojmi a nechcú prísť o prácu. Často sa stávajú obeťami obchodovania s ľuďmi, kedy sú najatí za prisľúbenia úplne iných podmienok. Lepšie podmienky sú určené jedine certifikovanými plantážami, ktoré si musia dávať pozor na dodržiavanie pravidiel. Okrem iného, nie všetci pracujúci zamestnanci majú podpísaný platný kontrakt so zamestnávateľom. Strácajú tak nárok na sociálne výhody, ktoré im zo zákona

[24] Danwatch. 2018. Brazilian Coffee Is Sprayed with Deadly Pesticides. https://old.danwatch.dk/undersogelseskapitel/brasiliansk-kaffe-sproejtes/
[25] DIEESE. 2018. Salário mínimo nominal e necessário. https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html

prináležia. Mnohí z nich sú dokonca negramotní, a aj keď už konkrétnu zmluvu podpíšu, väčšinou netušia, k čomu a za akých podmienok sa zaväzujú.[26] V roku 2014 bolo podľa Organizácie Spojených národov pre vzdelávanie, vedu a kultúru v Brazílii negramotných 7,877 milióna obyvateľov v rozmedzí 25 – 64 rokov a 393,4 tisíc adolescentov od 15 do 24 rokov. Celkovo v Latinskej Amerike a v oblasti Karibiku bolo v roku 2016 negramotných 18,82 miliónov dospelých, vo Východnej Ázii a Oceánii 37,3 milióna a v Subsaharskej Afrike 131,37 milióna obyvateľov.[27] Aj za účelom zlepšiť celkovú situáciu v týchto krajinách boli vytvorené alternatívne formy obchodu a rôzne neziskové organizácie.

2. Alternatívne formy obchodu

Okrem konvenčného obchodu, ktorého vplyv na farmárov je obsiahnutý v prvej kapitole tejto práce, vo svete v súčasnosti existuje niekoľko druhov alternatívneho obchodu zameraného na export kávy, ktorý berie ohľad na životnú úroveň jej pestovateľov a udržateľnosť ekosystému. Svetovú produkciu najviac ovplyvňujú dva druhy, a to Fair Trade a Direct Trade, ktoré sú priblížené v nasledujúcej kapitole.

2.1 Fair Trade

Prvou, a zároveň najrozšírenejšou formou alternatívneho obchodu je Fair Trade, nazývaný aj Spravodlivý obchod. Je to alternatívny prístup ku konvenčnému obchodu a je založený na partnerstve medzi výrobcami a spotrebiteľmi. Predávanie produktov prostredníctvom tejto formy obchodu poskytuje poľnohospodárom nie len lepšie podmienky v rámci dohôd o pestovaní a predávaní kávy, ale aj zlepšenie ich životných podmienok a vidinu lepšej budúcnosti pre svoju komunitu.[28] Fair Trade ponúka spotrebiteľom spôsob nákupu kávy, vďaka ktorému môžu pomôcť znížiť percento chudoby v krajinách pestujúcich a exportujúcich kávu.

Začiatky spravodlivého obchodu sa datujú do roku 1988 v spojení s iniciatívou holandskej rozvojovej spoločnosti Solidaridad. V tomto roku bola spustená prvá Fair Trade značka – Max Havelaar. Bola pomenovaná podľa fiktívnej osobnosti holandských dejín, ktorá sa v 19. storočí mala postaviť voči vykorisťovateľom domorodých obyvateľov holandských kolónií. Prvá Fairtrade káva bola pod týmto označením z Mexika predaná do holandských supermarketov.

[26] Danwatch. 2018. Bitter kaffe. https://old.danwatch.dk/undersogelse/bitter-kaffe/
[27] UNESCO.2018.“Education : Literacy Rate.” http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=166#.
[28] FLO.2018.“Fairtrade International (FLO): What Is Fairtrade?” https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html.

Na prelome 80. a 90. rokov sa alternatívne formy obchodu začali rozširovať do ostatných krajín Európy a Severnej Ameriky, rovnako pod značkou Max Havelaar v Belgicku, Švajčiarsku, Dánsku, Nórsku a Francúzsku, ďalej ako Transfair v Nemecku, Rakúsku, Luxembursku, Taliansku, ako Fair Trade Mark vo Veľkej Británii a Írsku, Rättvisemärkt vo Švédsku a Reilu Kauppa vo Fínsku. V roku 1997 bola založená Fairtrade Labeling Organizations International v nemeckom Bonne s cieľom spojiť národné organizácie Fair Trade. V roku 2002 bola založená oficiálna celosvetová certifikačná Fair Trade značka. Cieľom jej vytvorenia bolo zlepšenie viditeľnosti alternatívneho obchodu v regáloch obchodov, uľahčenie cezhraničného obchodu a zjednodušenie vývozných postupov. Postupne sa začali vytvárať ďalšie organizácie a stále väčšiemu počtu krajín začalo záležať na alternatívnom obchode. V roku 2009 vznikli Fairtrade Label Južná Afrika a Česká asociácia spravodlivého obchodu, neskôr sa pridali aj Fairtrade Kórea, Fairtrade Hong Kong Foundation. V roku 2013 vznikli Fairtrade Východná Afrika a Fairtrade India, Portugalsko sa pridalo k španielskemu Fairtrade s premenovaním na Fairtrade Ibérica. V roku 2014 bola Slovenská republika pridaná k mandátu Fairtrade Czech Republic a bola premenovaná na Fairtrade Czech Republic and Slovakia, v roku 2015 Fairtrade Brazília, Fairtrade Taiwan a Fairtrade Filipíny.[29] Postupom času sa od 80. rokov začali vytvárať organizácie, ktoré sa prezentujú ako Fairtrade. Najvýznamnejšími sú World Fair Trade Organisation (WFTO), Fair Trade International (FLO) a European Fair Trade Assocciation (EFTA).[30]

WFTO je globálna sieť organizácií zastupujúcich dodávateľský reťazec spravodlivého obchodu. Organizácie sú tvorené spravodlivými výrobcami, obchodníkmi, vývozcami, dovozcami, veľkoobchodníkmi a maloobchodníkmi, ktorí prejavujú 100% záväzok voči spravodlivému obchodu a uplatňujú 10 zásad WFTO spravodlivého obchodu. Práce a úspechy svojich členov robia WFTO celosvetovou autoritou v tejto oblasti a zástancom jeho hlavných hodnôt. Pôsobí vo viac ako 70 krajinách v piatich regiónoch (Afrika, Ázia, Európa, Latinská Amerika, Severná Amerika a Tichomorie) s volenými globálnymi a regionálnymi radami.[31]

FLO je globálna organizácia, ktorá sa snaží zabezpečiť lepšie dohody a podmienky pre poľnohospodárov a pracovníkov. Spravodlivý obchod musí spĺňať určité štandardy. Prvý súbor

[29] FLO.2018."Fairtrade International (FLO): History of Fairtrade." https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/history-of-fairtrade.html.
[30] FairTrade. 2011. 2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf 2011. https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf
[31] World Fair Trade Organization.2014."ABOUT WFTO." https://wfto.com/about-us/about-wfto.

noriem sa vzťahuje na drobných vlastníkov, ktorí spolupracujú v družstvách alebo iných organizáciách s demokratickou štruktúrou. Druhý súbor sa vzťahuje na pracovníkov, ktorých zamestnávatelia platia dôstojné mzdy, zaručujú právo vstupovať do odborových zväzov, zabezpečujú normy zdravia a bezpečnosti a v prípade potreby poskytujú primerané bývanie. Štandardy Fair Trade zahŕňajú aj obchodné podmienky. Väčšina produktov má nastavenú minimálnu cenu Fair Trade, čo je minimum, ktoré musí byť vyplatené výrobcom. Cieľom tejto ceny je zabezpečiť, aby výrobcovia mohli pokryť svoje priemerné náklady na udržateľnú výrobu. Pôsobí ako záchranná sieť pre poľnohospodárov v čase, keď svetové trhy klesnú pod udržateľnú úroveň. Ak je trhová cena vyššia ako minimálna cena Fair Trade, kupujúci musí zaplatiť vyššiu cenu. Výrobcovia a obchodníci môžu tiež rokovať o vyšších cenách na základe kvality a iných atribútov. Okrem toho výrobcovia dostanú dodatočnú sumu, Fair Trade Premium, na investovanie do svojich spoločenstiev alebo podnikov. Využívanie týchto dodatočných príjmov sa rozhoduje demokraticky výrobcami v rámci organizácie poľnohospodárov alebo pracovným výborom na plantáži. Premium sa investuje do vzdelávania a zdravotnej starostlivosti, zlepšenia poľnohospodárskych podnikov na zvýšenie výnosov a kvality, alebo na spracovanie zariadení na zvýšenie príjmov.[32]

Treťou najvýznamnejšou organizáciou je EFTA. Založená v roku 1987, je sieťou deviatich dovozcov spravodlivého obchodu so sídlom v ôsmich európskych krajinách - Rakúsku, Belgicku, Francúzsku, Nemecku, Taliansku, Španielsku, Švajčiarsku a v Spojenom kráľovstve. Jej cieľom je vytvoriť a uľahčiť spoluprácu v rôznych oblastiach, ako obchodovanie, výmena informácií, rozdelenie práce a realizácia spoločných projektov.[33] Okrem kávy na svete existuje tisíce výrobkov, ktoré nesú označenie Fair Trade. Názov Fair Trade nesú aj štandardy pre potravinárske výrobky od čaju cez kávu až po čerstvé ovocie a orechy, ale aj nepotravinárske výrobky, ako sú kvety a rastliny, športové loptičky a bavlníkové semená.[34] Všetky tieto organizácie by sa mali riadiť, po vzore WFTO, 10 zásadami spravodlivého obchodovania. Prvým princípom je vytváranie príležitostí pre hospodársky znevýhodnených výrobcov. Znižovanie chudoby prostredníctvom obchodu je kľúčovou súčasťou Fair Trade. Podporujú marginalizovaných malých výrobcov, či už sú to nezávislé rodinné firmy alebo zoskupené v združeniach alebo družstvách. Usilujú sa im umožniť byť ekonomicky sebestačnými a udržať

[32]FLO.2018. "Fairtrade International (FLO): What Is Fairtrade?" https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html.
[33] EFTA. 2018."EFTA - European Fair Trade Association." https://www.newefta.org/.
[34] FLO.2018."Fairtrade International (FLO): What Is Fairtrade?" https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html.

si výrobu vo svojom vlastníctve. Organizácie majú k dispozícii plány na vykonávanie tejto činnosti. Druhým princípom je transparentnosť a zodpovednosť. Organizácia by mala byť transparentná čo sa týka jej operácií v riadení a obchodných vzťahoch. Mala by nájsť vhodné spôsoby zapojenia zamestnancov, členov a výrobcov do svojich rozhodovacích procesov. Zabezpečuje, aby boli príslušné informácie poskytnuté všetkým obchodným partnerom. Komunikačné kanály majú byť otvorené na všetkých úrovniach dodávateľského reťazca. Tretím bodom je zaisťovanie spravodlivých obchodných praktík. Organizácia je zodpovedná za plnenie svojich záväzkov včas. Dodávatelia rešpektujú zmluvy a dodávajú výrobky včas a podľa požadovanej kvality a špecifikácií. Kupujúci spravodlivého obchodu zabezpečujú presné vyplatenie objednávky pri prijatí dokumentov alebo podľa vzájomnej dohody. Úrokové sadzby, ktoré platia dodávatelia, nesmú byť vyššie ako náklady kupujúcich na vypožičiavanie od tretích strán. Úrokový poplatok sa nevyžaduje. Vyplatená záloha u dodávateľov má byť zaistená tak, aby sa táto platba preniesla na výrobcov alebo poľnohospodárov. Ďalej, za zrušené objednávky bez zavinenia výrobcov alebo dodávateľov je zaručená primeraná náhrada za prácu, ktorá už bola vykonaná. Dodávatelia a výrobcovia konzultujú s kupujúcimi, ak sa vyskytne problém s doručením a zaistí sa poskytnutie kompenzácie, ak sa dodané množstvá a kvalita nezhodujú s fakturovanými. Štvrtou zásadou je vyplatenie spravodlivých cien pre pokrytie nákladov každého účastníka obchodu. Sú dohodnuté prostredníctvom dialógu medzi kupujúcim a predávajúcim a sú založené na transparentnom nastavení cien. Zahŕňajú spravodlivú mzdu a spravodlivý zisk, ďalej spravodlivé mzdy na - aspoň - minimálnej úrovni miestnej mzdy, čo predstavuje odmenu za štandardný pracovný deň, nie viac ako 48 hodín, tak, aby táto suma stačila pracovníkom na zabezpečenie slušnej životnej úrovne. Prvky slušnej životnej úrovne zahŕňajú stravu, vodu, bývanie, vzdelávanie, zdravotnú starostlivosť, dopravu, oblečenie a iné základné potreby. Piatym princípom je zákaz nútenej a detskej práce. Šiesta zásada je záväzkom voči nediskriminácii, rodovému a ženskému hospodárskemu postaveniu a slobode združovania. Zabezpečuje, aby boli ženy aj muži vnímaní rovnako, aby aj ženy mali možnosť stať sa aktívnymi členkami týchto organizácií a aby mali možnosť dosiahnuť aj vedúce pozície. Nesmie diskriminovať členov z hľadiska veku, rasy, sexuálnej orientácie, postihnutia, národnostného pôvodu, náboženstva, politickej príslušnosti či HIV. Siedmym bodom je zabezpečenie dobrých pracovných podmienok. Organizácia poskytuje pracovníkom a členom bezpečné a zdravé pracovné prostredie, ktoré je v súlade s vnútroštátnymi a miestnymi zákonmi. Pracovná doba a podmienky pre zamestnancov a domácich pracovníkov spĺňajú podmienky ustanovené vnútroštátnymi a miestnymi zákonmi. Organizácie spravodlivého obchodu si uvedomujú zdravotné a bezpečnostné podmienky v skupinách výrobcov, od ktorých

nakupujú. Pokúšajú sa priebežne zvyšovať informovanosť o otázkach zdravia a bezpečnosti v skupinách výrobcov a zlepšovať postupy v týchto oblastiach. Ôsmym bodom je snaha o poskytovanie rozvíjania zručností pracovníkov, od zberačov až po zamestnancov na manažérskych pozíciách. Deviatym princípom je podpora spravodlivého obchodu a využívanie čestných marketingových a reklamných techník. Posledným princípom je rešpektovanie životného prostredia, ktorý obsahuje snahu o minimalizáciu škodlivého dopadu na životné prostredie, či už znížením energií, nepoužívaním pesticídov ako postrekov rastlín a celkovo minimalizovaním zlého vplyvu na prostredie.[35]

Keďže v súčasnosti neexistujú presné štatistiky ani jedného zo spomínaných foriem alternatívneho obchodu , je nereálne zistiť skutočné percento férovosti a transparentnosti Fair Trade. Podľa mnohých výrobcov kávy, príkladom Petra Giuliana, Fair Trade dovozcu kávy, má táto alternatíva obchodu svoje medzery v normách a štandardoch a nefunguje tak, ako by podľa princípov mala. Na základe jeho skúseností je známe, že za určitú cenu sú pod označením Fair Trade predávané aj kávové zrná horšej kvality, pretože sa to obchodníkom a farmárom vyplatí viac, ako by za túto sumu predávali kvalitnejšie zrná. Komoditná káva je rozdelená na stupne, ale v každej triede je káva štandardizovaná. Znamená to, že bôb z jednej dávky sa považuje za identický s bôbmi v akejkoľvek inej dávke. Keďže kvalitnejšia káva má vyššiu platovú triedu, má aj vyššiu cenu. Káva v spravodlivom obchode môže prichádzať v akejkoľvek kvalitatívnej triede. Práve tieto požiadavky a cenová štruktúra vytvárajú problém s kvalitou kávy spravodlivého obchodu. Ak farmár vie, že sa jeho bôby nižšej kvality môžu predávať za organizáciou garantovanú sumu, môže sa rozhodnúť zvýšiť svoj príjem tým, že prerozdelí svoje zdroje na zvýšenie kvality niektorých kávových bôbov nad ostatnými.[36] Spravodlivý obchod sa snaží dosiahnuť svoj prvý cieľ prostredníctvom dobrovoľnosti minimálnej ceny za kávové bôby. Vysoké ceny kávy počas cyklov – dozrievania a zberu - povzbudzujú nadbytočnú výrobu, ktorá sa neskôr prejaví v nadbytočnej dodávke. Fair Trade sa usiluje o mierne kolísanie cenových cyklov klesajúcim tempom rizika pre výrobcu. V skutočnosti platí, že Fair Trade funguje ako zaisťovacie zariadenie malých pestovateľov. Ďalšou prekážkou sú poplatky za Fair Trade licenciu a kontroly. Môžu sa pohybovať od 2 000 do 4 000 amerických dolárov pre FLO. Rovnako, ako sú pre ľudí na farmách pracujúcich výhodou, pre majiteľov znamenajú ďalšie

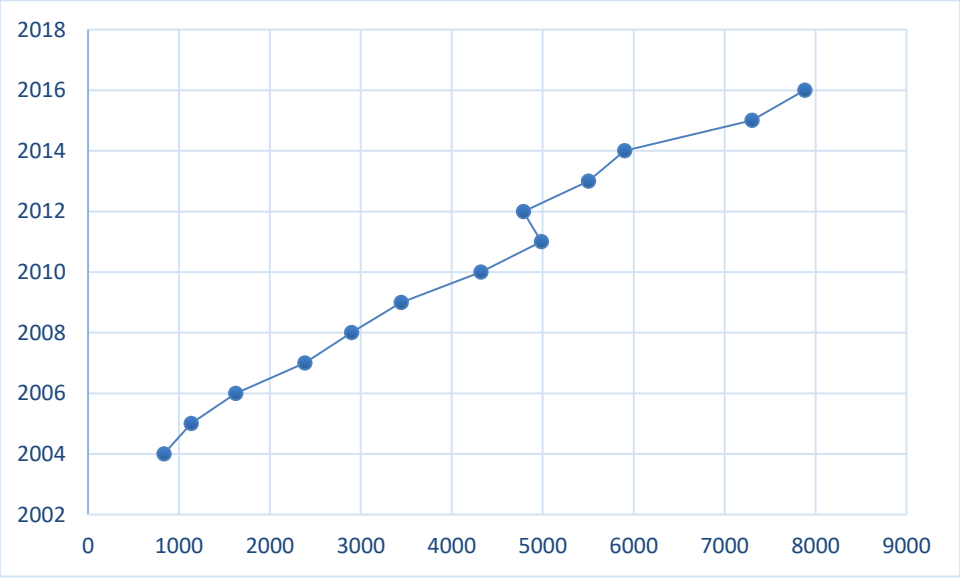
[35] Sarcauga, Michael. World Fair Trade Organization.2014.“10 PRINCIPLES OF FAIR TRADE.” https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade.

[36] Haight Colleen. 2011. Stanford Social innovation Review. “The Problem with Fair Trade Coffee (SSIR).” https://ssir.org/articles/entry/the_problem_with_fair_trade_coffee.

náklady. Druhou nevýhodou sú aj nasledujúce opakujúce sa inšpekcie. Podľa Giuliana si preto mnoho majiteľov fariem dobre rozmyslí, či chce byť súčasťou niektorej z týchto organizácií. Nerovnosť u Fair Trade platí aj čo sa týka mzdy. Tá by mala byť podľa štvrtej zásady aspoň na úrovni tej minimálnej. Inšpekcie sa zaoberajú len zberateľmi trvalo pracujúcimi na danej farme a nemajú povinnosť sa zaoberať migrujúcimi pracovníkmi, ktorí v čase zberu pendlujú z farmy na farmu a vypomáhajú v zbere úrody. Práve títo za svoju prácu minimálnu mzdu nedostávajú.[37]

Čo sa týka výnosnosti celosvetového Fair Trade obchodu, podľa štatistického portálu Statista boli v roku 2016 predané Fair Trade produkty v hodnote 7,88 miliardy eur. Naproti tomu sa na začiatku 21. storočia, v roku 2004, predali len produkty v hodnote 832 miliónov eur. Nasledujúci graf dokazuje stúpajúcu popularitu a povedomie o alternatívnom obchode, ktoré sú priamo úmerné rastu príjmov z Fair Trade obchodu.

Graf č.2 : Príjmy z Fair Trade produktov 2004 – 2016 v miliónoch eur



Statista. 2016.“Revenue of Fairtrade International Products Worldwide 2004-2016 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/271354/revenue-of-fair-trade-products-worldwide-since-2004/.

Alternatívny trh s kávou neustále rastie. V roku 2014 98 % Fair Trade kávy pochádzalo z Kolumbie, Brazílie, Peru, Hondurasu, Nikaragua, Kostariky, Mexika, Etiópie, Kene a Indonézie. Za rok 2014 získali farmári za Fair Trade Premium 49,42 miliónov eur. Konštantný rast produkcie férového obchodu zobrazuje aj nárast certifikovaných Fair Trade organizácií

[37] Haight, Colleen E. 2007.“Does Fair Trade Coffee Help the Poor? Evidence from Costa Rica and Guatemala,” https://ssir.org/images/resources/Haight_Fair_Trade_Research.pdf

s kávou, ktorých počet v roku 2014 dosiahol 445 oproti 302 organizáciám v roku 2008.V tom istom roku sa vyprodukovalo a vyviezlo 549 400 ton Fair Trade kávy[38], pričom celkový svetový export kávy v roku 2014 bol 8,85 milióna ton.[39]

2.2 Direct Trade

Druhou najznámejšou formou alternatívneho obchodu je Direct Trade. Tento termín je využívaný obchodníkmi a pražiarňami, ktorí nakupujú priamo od pestovateľov. Všetci tradiční sprostredkovatelia obchodu, ďalej aj Fair Trade, sú tak z obchodu vylúčení. Zástancovia priameho obchodu tvrdia, že ich model je lepší, pretože vytvára vzájomne prospešné vzťahy s jednotlivými výrobcami alebo družstvami v krajinách produkujúcich kávu. Niektorí obchodníci to robia kvôli nespokojnosti s certifikačnými programami tretích strán, zatiaľ čo iní chcú mať väčšiu kontrolu nad rôznymi aspektmi od kvality kávy až po sociálne otázky alebo environmentálne záležitosti.

Na začiatku procesu u Direct Trade musia obchodníci investovať do cestovania na farmy a oboznámiť sa so zručnosťami a poznatkami súvisiacimi s kvalitou kávy, výrobou, spracovaním, cenou, logistikou a obchodom. Musia dobre poznať kompletný hodnotovým reťazec, od zberu až po zákazníka. Niektoré pražiarne používajú špecifický spôsob priameho obchodu. Na rozdiel od Fair Trade, Direct Trade nie je založený na konkrétnych pravidlách, ale na dohode medzi farmármi a obchodníkmi ,respektíve vlastníkmi pražiarní a kaviarní.[40]

Priamy obchod má pôvod v Spojených štátoch amerických. Spoločnosť Intelligentsia so sídlom v Chicagu, ktorá vlastní sieť kaviarní a zároveň praží kávu a predáva ju poštou už od roku 1995, vlastní okrem iného aj ochranný názov Intelligentsia Direct Trade na podporu svojich priamych obchodných vzťahov s pestovateľmi. Prostredníctvom priameho vzťahu s farmármi sa snaží zlepšiť celkovú kvalitu kávy. Podľa jej motta spája dodržiavanie udržateľného poľnohospodárstva a environmentálnych postupov so záväzkom vyplácať za spravodlivý obchod vhodnú, pre každého uspokojivú cenu. [41]

[38] Fair Trade. 2018.“Facts and Figures about Fairtrade | Fairtrade Foundation.” https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade/Facts-and-Figures.
[39] ITC.2018.“Trade Map - List of Exporters for the Selected Product (Coffee, Whether or Not Roasted or Decaffeinated; Coffee Husks and Skins; Coffee Substitutes ...).” https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm
[40] Ethical Coffee.2018.“What Is Direct Trade Coffee?” http://www.ethicalcoffee.net/direct.html.
[41] Intelligentsia Coffee. 2018.“About | Intelligentsia Coffee.” https://www.intelligentsiacoffee.com/about-us.

Counter Culture Káva, pražiareň založená v roku 2008, ako ďalšia nesie aj ochranný názov Counter Culture Direct Trade Certification. Rovnako ako spravodlivý obchod, Counter Culture určuje minimálnu cenu, ktorú zaplatí, ale stanovuje aj štandard kvality. Kontroluje, aby boli mzdové podmienky prerozdelené spravodlivo a rovnomerne všetkým účastníkom dodávateľského reťazca. Jej obchod je postavený na priamom kontakte s farmármi, či už prostredníctvom emailu či telefónu, alebo priamo v mieste pestovania kávovníkov. Rovnako vydáva výročné správy, aby preukázala svojim zákazníkom transparentnosť. Obsahujú každoročné informácie od krajín im exportujúcich kávu a množstva dovezenej a praženej kávy, cez ceny, transport, veľkosť ekologického dopadu až po postavenie ich súčasného dodávateľského reťazca.[42]

O priamom obchode sa hovorí v prípade, že existuje len priamy vzťah medzi výrobcom a kupujúcim obchodníkom, teda že v tomto obchode existujú len dve strany. Mnohé pražiarne a obchodníci o sebe hovoria ako o sprostredkovateľoch priameho obchodu, pričom v skutočnosti neexistujú takmer žiadne takého vzťahy, najmä kvôli náročnosti spracovania kávy - sušeniu, triedeniu a podobne - a jej následnému exportu do inej krajiny. Pokiaľ teda káva, ktorú chce pražiareň získať prostredníctvom Direct Trade, nepochádza z bohatej farmy, ktorá si sama zabezpečí spracovanie a transport, musí počítať s ďalšími nákladmi pre miestneho overeného partnera, ktorý zabezpečí spracovanie kávových zŕn a ich následný export z krajiny. Inou možnosťou je nakupovať kávu od družstva alebo väčšej farmy. Dnes vo svete existuje mnoho neskorumpovaných družstiev, ktoré sú ochotné spolupracovať touto alternatívou obchodu. Vďaka tomu majú omnoho vyššiu možnosť byť v spojení so svetom kupujúceho, teda s obchodníkom z rozvinutej krajiny. Postupom času sú vďaka tejto alternatíve a z nej plynúcich finančných prostriedkov družstvá schopné nakúpiť stroje na spracovanie zŕn a pokryť tak celý hodnotový reťazec, s výnimkou expedítora. Čo sa týka kúpnej zmluvy, u priameho obchodu si kupujúci musí dávať pozor na podrobnosti o kvalite, množstve, dohodnutej cene, balení materiálu a logistike. Na prepravu je najčastejšie využívaná lodná doprava. Je praktickejšia, lacnejšia a ekologickejšia ako letecká doprava. Prepravná spoločnosť v prístave nalodí kávu do prepravných kontajnerov a vyloží v danej krajine alebo únii, kde sa káva vyloží, preclí a kupujúci si ju môže vyzdvihnúť.[43]

[42] Counter Culture Coffee. 2017.“Coffee Sustainability | Sustainability of Coffee.” https://counterculturecoffee.com/sustainability.
[43] Clerkx Lennart. Standart Journal.2017.“Anyone Can Trade Coffee.” https://journal.standartmag.com/anyone-can-trade-coffee-513ca2520e5.

Rozdiel medzi týmito dvoma druhmi alternatívneho obchodu spočíva hlavne vo väčšej, aj keď tiež nie úplnej transparentnosti priameho obchodu. U priameho obchodu dostanú farmári zaplatenú sumu priamo úmernú ich úrode. To znamená, že v dobrom roku môžu zarobiť viac ako Fair Trade farmári. V opačnom prípade im peniaze vyplatené nebudú. Väčšina z nich preto pestuje okrem kávy aj iné plodiny.

2.3 Porovnanie bežnej a alternatívnej formy obchodu

Výsledkom komparácie konvenčného obchodu a jeho alternatívnych foriem z hľadiska zamerania ich politík a spoločenskej zodpovednosti je zvýraznenie slabín bežného obchodu. Porovnávanými druhmi sú voľný obchod v rámci konvenčného obchodu a Fair Trade ako jeho najvyužívanejšia alternatívna forma. Oba sa zaoberajú rovnakým subjektom, ale z odlišnej perspektívy.

Z ekonomického hľadiska sú hlavným rozdielom náklady na alternatívne formy obchodu, kedy je konvenčný obchod oveľa menej nákladný a kladie dôraz na čo najnižšiu finálnu spotrebiteľskú cenu. Zástancovia voľného obchodu zdôrazňujú znižovanie bariér medzi krajinami a elimináciu colných politík, ktoré uprednostňujú konkrétne krajiny alebo odvetvia. Obchodníci na voľnom trhu sa domnievajú, že podnik by mal uspieť alebo zlyhať na základe svojej schopnosti udržať sa na trhu bez potreby osobitnej vládnej ochrany na ochranu priemyslu alebo svojich pracovníkov. Voľný obchod preferuje odstránenie ciel. Naproti tomu sa spravodlivý obchod zameriava na mzdy a pracovné podmienky na rozvíjajúcich sa trhoch a vo svojej agende sa hlbšie nezameriava na colné opatrenia jednotlivých krajín. Napríklad zástanca spravodlivého obchodu sa bude usilovať o zvýšenie miezd zamestnancov a zlepšenie ich pracovných podmienok, najmä ak sa veľká nadnárodná spoločnosť rozhodne platiť haliere za hodinu za prácu v jednej krajine namiesto desiatok dolárov za hodinu v druhej krajine. Fair Trade obchodníci sú zástancami regulácie obchodu spoločnosťami a vládou, aby zabezpečili spravodlivú výšku miezd pre pracovníkov a im bezpečné pracovné prostredie.

Čo sa týka bežného obchodu z pohľadu spoločenskej zodpovednosti firiem, podniky v rozvojových krajinách majú len málokedy priame vzťahy s producentmi v rozvojových krajinách. Väčšina bežných spoločností sa spolieha na komplikovanú sieť komoditných trhov, odkiaľ dostávajú len veľmi málo informácií o skutočných podmienkach, za ktorých bol výrobok vyrobený. Majoritu týchto spoločností nezaujímajú pracovné podmienky poľnohospodárov, ktorí sú tak odkázaní na volatilitu trhu a majú veľmi zlý prístup k pôžičkách

alebo k inému financovaniu výroby. Súčasný režim voľného obchodu viedol väčšinu veľkých korporácií len k snahe minimalizovať náklady na výrobu a k snahe o minimalizáciu dopadov na ekosystém. Naproti tomu, u alternatívnej formy majú kupujúci dlhodobé priame vzťahy s producentmi, niekedy len na základe dohody, ktorí im dodávajú suroviny – v tomto prípade kávu. Nakupujú za spravodlivú cenu, ktorá je napríklad u Fair Trade určená na hodnote minimálneho platu v danej lokalite – cena za kávu plus primeraný výnos chrániaci výrobcov. Čo sa týka pracovníkov, v celkovom konvenčnom obchode podľa Medzinárodnej organizácie práce pracuje viac ako 200 miliónov detí vo veku od 5 do 14 rokov v zlých pracovných podmienkach a bez prístupu k riadnemu vzdelávaniu. Exportné spracovateľské zóny sú často označované ako priemyselné zóny, v Mexiku známe ako maquilladoras, kde ženy čelia sexuálnemu obťažovaniu, pracovníci pracujú za nižšie ako minimálne mzdy a v zlých podmienkach, často pri vysokých teplotách, dlhšie, než je povolená pracovná doba a podobne.[44] Pokiaľ ide o Fair Trade, podnikatelia v oblasti spravodlivého obchodu musia dosvedčiť, že pri výrobe daného výrobku nebola zneužívaná detská práca ani obchod s ľuďmi a pracovníkom boli zabezpečené riadne podmienky na vykonávanie ich činnosti a bola im riadne a v lehote vyplatená mzda aj za odpracované nadčasy. Rovnako je podnik povinný poskytnúť všetkým rovnaký prístup ku školeniam, ochranným odevom a podobne. V environmentálnej oblasti je napriek snahe o svoje zlepšenie voľný obchod vo všeobecnosti považovaný za ekologickú katastrofu. Navzdory rozhodnutiam Svetovej obchodnej organizácie o zákonoch, ktoré by mali priaznivo vplývať na členské štáty v tejto oblasti, absencia environmentálnych predpisov v rozvojových krajinách a medzery v normách znamenajú ešte stále riadne nedodržiavanie týchto predpisov i za hrozby pokuty. Pri aj naďalej trvajúcej absencii ochrany životného prostredia zakotvenej v rámci konvenčných obchodných dohôd bude jeho deštrukcia pokračovať. U spravodlivého obchodu musia výrobcovia a spracovatelia minimalizovať vplyv na životné prostredie. Poľnohospodári a majitelia fariem v rámci alternatívneho obchodu majú zakázané používať syntetické pesticídy a hnojivá, ktoré poškodzujú zdravie ľudí, pôdy a živočíchov žijúcich v nej a v jej okolí. Integrujú postupy, ktoré zlepšujú úrodnosť pôdy, maximalizujú ochranu životného prostredia a znižujú eróziu pôdy. Ich kupujúci tak podporujú prechod na trvalo udržateľné výrobné procesy. Ako už bolo spomenuté vyššie, spoločnosti vykonávajúce alternatívny obchod, najmä Fair Trade, v rámci Fair Trade Premium prispievajú 5 až 10 % nákladov na prácu a materiál naviac pre investovanie tejto sumy na rozvojové projekty zamerané hlavne na sanitárne, zdravotné a vzdelávacie potreby produkujúcich

[44] Aguilar, Delia D., Lacsamana, Anne E. Women and Globalization. New York: Humanity Books. (2004). p. 130. ISBN 1591021626.

spoločenstiev. Nevýhodami voľného obchodu sú dĺžka a nepriehľadnosť dodávateľských reťazcov. Podniky často nakupujú od sprostredkovateľských agentúr za najvýhodnejšiu cenu a netušia, za akých podmienok sa dané suroviny zbierajú a spracúvajú. Mnohé spoločnosti sú „greenwashed", čo je podvodné využívanie PR a marketingu spoločnosti na podporu vnímania politiky a produktov ako šetrných k životnému prostrediu.[45] Alternatívne formy obchodu sú transparentné a zodpovedné za svoje tvrdenia o spravodlivom obchode. Fair Trade spoločnosti každoročne zvolávajú audity tretích strán, ktoré vykonávajú renomované certifikované organizácie, ako Fairtrade Labelling Organizations International alebo Institute of Marketecology (IMO). Na oficiálnych stránkach Fair Trade a Fair for Life - patriacej pod IMO - sú publikované všetky finančné transakcie, zmluvy a hodnotenia účastníkov týchto auditov.[46]

Najvýznamnejším rozdielom medzi týmito formami obchodu je odlišné zacielenie ich politík v rámci celosvetového obchodu s kávou, kedy sa bežné formy obchodu zaoberajú nákladmi na pestovanie, spracovanie a export produktov a otázkou eliminácie colných politík jednotlivých štátov s cieľom minimalizovať náklady. Naproti tomu alternatívne obchody navyšujú náklady a aj predajné ceny s cieľom maximalizovať úžitok pre pestovateľov a výrobcov. S týmto sú spojené aj rozdielne prístupy pri kultivácii a výrobných procesoch, rovnako aj klamlivé informácie o ekologickosti, udržateľnom rozvoji a nepriehľadnosti konvenčných trhov. Napriek tiež nie úplnej transparentnosti a zatiaľ riadne nevyvinutého trhu do svojej očakávanej podoby, podľa predchádzajúcich kapitol môžeme hovoriť o stúpajúcej tendencii alternatívnych foriem obchodu hlavne od začiatku 21. storočia. Navzdory tomu, že Direct Trade nie je zatiaľ tak rozšírenou formou tohto druhu obchodu, Fair Trade produkty si vo svete kupuje mnoho ľudí a tento trend neustále narastá. Aj keď je množstvo vyvezenej alternatívnej kávy stále zanedbateľné v porovnaní s jej celosvetovým exportom, výnosy z tohto obchodu sú v porovnaní so začiatkom 21. storočia viac ako 9-násobne väčšie. Napriek svojim nedostatkom sú formy alternatívneho obchodu o krok vpred pred konvenčnou formou obchodu. Ani vyššia cena za finálne výrobky neodrádza zákazníkov od ich kúpy. Vysokú mieru vplyvu na zákazníkov má aj súčasný životný štýl, kedy sa alternatívne formy využívajú nie len v celosvetovom obchode. Médiá a organizácie kladú dôraz na vyššiu ochranu životného prostredia, cez ochranu fauny a flóry až po zlepšenie životnej úrovne v rozvojových a rozvinutých krajinách. S rastom povedomia o zlých podmienkach v rozvojových krajinách

[45] Kahle, Lynn R.; Gurel-Atay, Eda, eds. Communicating Sustainability for the Green Economy. M.E. Sharpe. (2014). ISBN 9780765636812.
[46] Fair World Project.2018."Fair Trade vs. Conventional Free Trade: An Introduction." http://fairworldproject.org/voices-of-fair-trade/fair-trade-vs-conventional-free-trade-an-introduction/.

rastie aj záujem obyvateľov rozvinutých ekonomík o zlepšenie celosvetovej situácie. Na svete v tomto odvetví pracujú milióny ľudí a dopyt po káve ako komodite stále rastie. Kupujúci si uvedomujú, že je nevyhnutné hľadieť aj na spoločenskú zodpovednosť firiem pracujúcich v tomto odvetví a aj napriek vyššej sume za kilogram vyvíjať snahu o zlepšenie podmienok farmárov v kávu produkujúcich krajinách. Mnohí z nich sú ochotní si priplatiť za Fair Trade produkt aspoň pre pocit , že sa niečím pre výrobcov a pestovateľov pričinili. Veď hlavne oni sa zaslúžia o to, aby mala zvyšná časť populácie každodenný a jednoduchý prístup k tejto komodite. Otázkou ostáva skutočná užitočnosť vyššej ceny za pohár kávy v reťazcoch.

Podľa Tima Harforda, nezávislého ekonóma, sa platy za kávu u alternatívnych foriem obchodu vyplácajú podľa množstva predanej kávy, to znamená, že pestovateľ v konečnom dôsledku získa menej, ak si zákazník priplatí za svoje cappuccino, ktoré obsahuje menej kávy, ako napríklad pri kúpe espressa.[47]

3. Retailové reťazce s kávou

Káva, či už v rámci alternatívneho alebo konvenčného obchodu, je skupovaná prostredníctvom dodávateľov alebo priamo od výrobcov a predávaná obchodníkmi v retailových reťazcoch. Retailový obchod je predávanie tovaru a služieb konečnému spotrebiteľovi prostredníctvom obchodov, od najväčších konglomerátov a holdingových spoločností, cez hypermarkety, supermarkety a špecializované predajne a maloobchod až po online obchody. V rámci nich existuje zásobovací reťazec, skladajúci sa z pestovateľa, respektíve výrobcu tovaru, ďalej dodávateľa, veľkoobchodníka, maloobchodníka a spotrebiteľa. Najväčšie konglomeráty so spotrebným tovarom , príkladom Nestlé či Kraft, stoja okrem iného aj za značkami, pod ktorých menami sa predáva káva po celom svete, ako Nescafé, Nespresso či Jacobs.[48] Okrem týchto na trhu existujú samostatné reťazce predávajúce z väčšej časti priamo len kávu a nápoje z nej. Medzi najväčšie a najrozšírenejšie sa v súčasnosti radia Starbucks, McCafé, Costa Coffee, Ediya Espresso a Doutor Coffee Shop.[49] Práve tieto zamestnávajú tisíce ľudí po celom svete a dosahujú obraty vo výške miliónov dolárov. Vďaka franchisingu sa počet ich pobočiek celosvetovo neustále zvyšuje. Franchising je marketingový odbytový systém, prostredníctvom

[47] The Economist.2007.“How Fair Is It?” https://www.economist.com/blogs/freeexchange/2007/10/is_it_fair.
[48] Actualutte.2014. Rédaction, La.“Voici les 10 multinationales qui contrôlent presque tout ce que vous achetez.” http://actualutte.com/voici-les-10-multinationales-qui-controlent-presque-tout-ce-que-vous-achetez/.
[49] Statista.2018.“Coffee House Chains by Number of Stores Worldwide 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/272900/coffee-house-chains-ranked-by-number-of-stores-worldwide/.

ktorého franchisor na základe franchisingovej zmluvy povoľuje, respektíve zaväzuje franchisanta k využívaniu jeho loga, značky, autorských práv, služieb, know – how a ďalších technických, hospodárskych, výrobných ,obchodných a iných metód. Franchisor sa podpísaním tejto zmluvy, napriek využívaniu know – how a metód, stáva samostatným subjektom a materská spoločnosť zaň nenesie zodpovednosť. Podtypom franchisingu je subfranchising, kedy sa franchisant stáva franchisorom s obmedzenou právomocou. Tento typ franchisingu sa využíva hlavne pri vstupe reťazcov na úplné nové, respektíve zahraničné a rozsiahlejšie trhy.[50] Podľa Euromonitor International predaj kávy len v rokoch 2014 až 2015 zaznamenal medziročný nárast o 9,1 % a v roku 2016 sa stal najviac sa predávajúcou komoditou v rámci svojej kategórie a to nie len v rozvinutých, ale aj rozvíjajúcich sa ekonomikách.[51]

V svetovej trojke najväčších retailových reťazcov s kávou sa nachádzajú Costa Coffee, McCafé a Starbucks. Costa Coffee je britská nadnárodná spoločnosť so sídlom v Dunstable, Bedfordshire a je dcérskou spoločnosťou spoločnosti Whitbread. Je najväčším retailovým reťazcom vo Veľkej Británií a zastáva jedno z vedúcich postavení vo svete v tejto sfére. Bola založená v Londýne v roku 1971 bratmi Sergiom a Brunom Costa ako dodávateľ praženej kávy jedálňam a talianskym kaviarňam v krajine. Bola skúpená spoločnosťou Whitbread v roku 1995, odvtedy sa rozrástla na 3 401 obchodov v 31 krajinách vrátane Číny a 7 000 samoobslužných jednotiek. Jej medziročný nárast predaja dosiahol za obdobie 2016/2017 10,7 % a za rovnaké obdobie sa na svete otvorilo 255 jej nových pobočiek.[52] Na druhom mieste v počte prevádzok vo svete sa umiestnil McCafé ako retailový reťazec spoločnosti McDonald´s. Jeho prvá prevádzka bola otvorená v Melbourne v Austrálii v roku 1993 a prvý McCafé v Spojených štátoch amerických bol otvorený v štáte Illinois v roku 2001.[53]

Viac ako 22 tisíc pobočiek vo viac ako 70 krajinách sveta má podľa štatistického portálu Statista najväčšia celosvetová retailová spoločnosť s kávou – Starbucks.[54] Najviac sa ich nachádza v USA, Číne, Japonsku a Kanade. V Českej republike bola jeho 1. pobočka otvorená v centre hlavného mesta Prahy v roku 2008 a na Slovensku sa jeho prvá pobočka otvorila v Bratislave

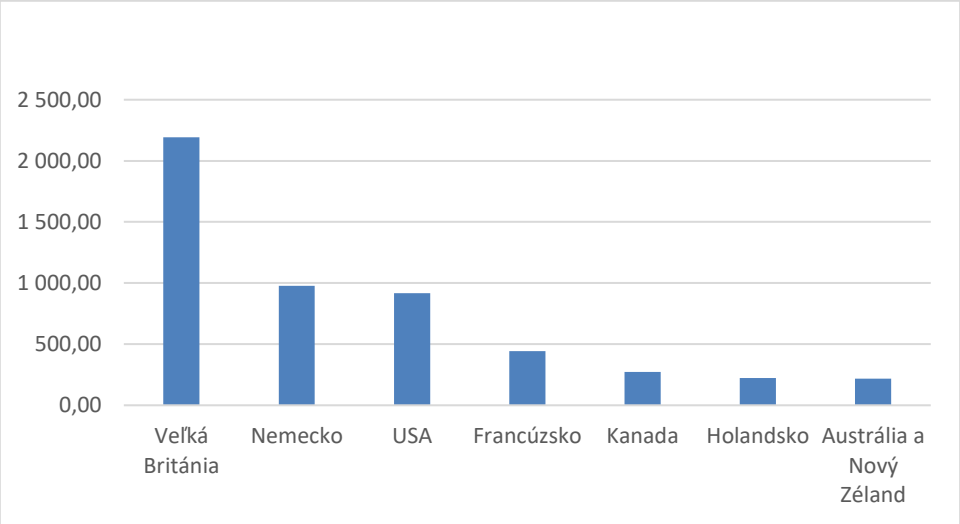
[50] podnikajte.sk.2017.“Čo je franchising?” https://www.podnikajte.sk/start-podnikania/c/3098/category/franchisingove-podnikanie/article/co-je-franchising.xhtml.
[51] Euromonitor International.2016.“Coffee Shops Around the World: Three Key Insights for 2016.” https://blog.euromonitor.com/2016/04/coffee-shops-around-the-world-three-key-insights-for-2016.html.
[52] Whitbread.2018.“Our Brands“ https://www.whitbread.co.uk/our-brands/costa
[53] Verdict Drinks.2017.“Time for a Brew: The World’s Biggest Retail Coffee Chains.” https://www.drinks-insight-network.com/features/featuretime-for-a-brew-the-worlds-biggest-retail-coffee-chains-5713690/.
[54] Statista. 2018.“Coffee House Chains by Number of Stores Worldwide 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/272900/coffee-house-chains-ranked-by-number-of-stores-worldwide/.

v roku 2016.[55] Firmu v roku 1971 založili Gordon Bowker, Jerry Baldwin a Zev Siegel v americkom meste Seattle.[56] V roku 2017 sa spoločnosť rozhodla pre rozsiahlejšie zmeny, a to expandovať na ďalšie trhy pomocou franchisingu, ktorý až do tohto bodu odmietala. Tento najznámejší a globálne najrozšírenejší reťazec je okrem iného aj jedným z najväčších odberateľov a predajcov Fair Trade kávy.

3.1 Retailové reťazce z hľadiska Fair Trade

V dnešnej dobe sa v retailových spoločnostiach kladie veľký dôraz na udržateľný rozvoj, ich ekologickosť a sociálny vplyv na pestovateľov a výrobcov. V roku 2015 sa najviac Fair Trade produktov predalo vo Veľkej Británii, Nemecku a v Spojených štátoch amerických.[57] Najvýznamnejšími komoditami alternatívneho obchodu sú oblečenie, zlato, bavlna, kvety, športové lopty a potraviny – med, koreniny, káva, čaj, kakao, banány a iné ovocie, ovocné džúsy, cukor, ryža a víno.

Graf č. 3: Predaj Fair Trade výrobkov v miliónoch eur za rok 2015 podľa krajín



Statista. 2018.“Fairtrade International Products: Retail Sales in Selected Countries 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/247459/estimated-sales-of-fairtrade-products-in-selected-countries/.

Mnohé podniky praktizujúce alternatívne formy obchodu s kávou vytvorili fondy a neziskové organizácie pre zlepšenie situácie v jej exportných krajinách. Jednými z najznámejších

[55] Statista.2018.“Countries with the Largest Number of Starbucks Stores Worldwide 2017 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/306915/countries-with-the-largest-number-of-starbucks-stores-worldwide/.
[56] Clark Taylor, 2007. Starbucked. New York: Hachette Book Group USA, 2007. 297 s. ISBN-13: 978-0-316-01348-2
[57] Statista.2018.“Fairtrade International Products: Retail Sales in Selected Countries 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/247459/estimated-sales-of-fairtrade-products-in-selected-countries/.

organizácií v rámci retailu sú Rainforest Alliance, Costa Foundation a Starbucks Foundation – patriace pod a spolupracujúce so Starbucks a Costa Coffee.

3.2 Organizácie vybraných retailových reťazcov

Rainforest Alliance je rastúca sieť poľnohospodárov a farmárov, lesníkov, vedcov, ekológov a podnikov, ktorí sa venujú zachovaniu biodiverzity a zabezpečovaniu trvalo udržateľného rozvoja. Táto medzinárodná nezisková organizácia sa snaží obnovovať lesy, vytvárať prosperujúce poľnohospodárske krajiny a spoločenstvá postavené na im priaznivých podmienkach aj prostredníctvom retailových reťazcov ako Costa Coffee. Vo všeobecnosti sa zaoberá piatimi problémami vo svete, a to lesmi, respektíve ich výrubom, poľnohospodárstvom, faunou a flórou, klímou a obyvateľstvom závislom na týchto faktoroch.[58] Lesy tvoria 30 % celkovej plochy našej Zeme. Odlesňovanie a poľnohospodárstvo ale vytvára 24 % celkových škodlivých emisií spôsobujúcich zmenu klímy. Pri výrube stromov sa z nich do ovzdušia dostáva oxid uhličitý, a pri nedostatočnom množstve živých stromov, ktoré nedokážu vstrebať jeho nadmerné množstvo, sa dostáva do ovzdušia a tak poškodzuje atmosféru a spôsobuje globálne otepľovanie. Lesy a dažďové pralesy sú prirodzeným miestom výskytu pre viac ako 80 % živočíchov a rastlín existujúcich na súši. Podľa vedcov Národnej akadémie vied v USA, naša planéta je uprostred „šiesteho masového zániku“. Od roku 1900 zmizlo z našej planéty približne 69 druhov cicavcov a ďalších 400 druhov stavovcov. Z 12 914 hodnotených druhov rastlín, 68 % je ohrozených vyhynutím. Výrub lesov je spôsobený preľudnením Zeme, potrebou zväčšovania plôch na pestovanie plodín a ľudskej spotreby a následná nadmerná konzumácia. Lesy sú okrem iného vyrubované i kvôli drevárskemu a papierenskému priemyslu, ako aj plochám pre výstavbu ľudských obydlí.[59] Táto nezisková organizácia funguje 31 rokov, jej farmári zarobili už viac ako 147 miliónov dolárov prostredníctvom vykonávania udržateľného rozvoja, v 76 krajinách sveta, na viac ako 1,3 milióna farmách. Cieľom Rainforest Alliance je výsadba nových stromov a zvýšenie povedomia farmárov o dôležitosti tohto úkonu, neznečisťovania pôdy a vody a ochrany zvierat. V súčasnosti je na svete pod dohľadom aliancie 1,3 milióna týchto farmárov obhospodarujúcich 3,5 milióna hektárov pôdy. Ďalším, nemenej významným cieľom je podpora výučby detí farmárov, rovnosť pohlaví, zdravotná starostlivosť a primeraná pracovná mzda.[60] Rainforest Alliance je súčasťou platformy Redd+, zaoberajúcou

[58] Rainforest Alliance. 2018.“About Us.” https://www.rainforest-alliance.org/about.
[59] National Geographic. 2009.“Deforestation and Its Effect on the Planet.” https://www.nationalgeographic.com/environment/global-warming/deforestation/.
[60] Rainforest Alliance.2018.“About Us.” https://www.rainforest-alliance.org/about.

sa redukciou emisií a odlesňovaním[61], a je zlúčená s UTZ, čo je najväčší program na udržateľnosť svetového poľnohospodárstva a produktov, hlavne kávy.[62] Otáznym ostáva percento podieľania sa spoločnosti Costa Coffee na aktivitách tejto organizácie, ktorej členmi sú viaceré spoločnosti dodávateľských a retailových reťazcov a konkrétne údaje o podieloch na aktivitách organizácií verejnosti prístupné nie sú.

Costa Foundation, ďalej nadácia Costa, je nezávislou charitatívnou organizáciou, ktorej cieľom je zmierniť chudobu v spoločenstvách, ktoré pestujú kávu. Jej poslaním je zvýšiť šancu na lepší život deťom tým, že im poskytne príležitosť na kvalitné vzdelanie. Nadácia poskytuje akademické aj mimoškolské programy. Bola založená v roku 2012. Konkrétne sa v pestovateľských krajinách venuje pretváraniu pôdy k pestovaniu plodín pre rodiny, budovaniu nových škôl vrátane jedální alebo rozšíreniu už existujúcich škôl a potrebnému vybaveniu nových budov, investíciám do dodávok vody, poskytovaniu a prístupu k elektrine a počítačom, učebnému materiálu, budovanie ubytovacích zariadení pre učiteľov a dobrovoľníkov, budovaniu sanitárnych zariadení a podobne. V súčasnosti pomáha farmárom a ich rodinám vo Vietname, Ugande, Etiópii, Zambii, Peru, Kolumbii, Kostarike, Nikaraguy, Hondurase a Guatemale. Charita je financovaná prostredníctvom viacerých zdrojov: finančné dary od spoločnosti Costa Coffee, spolufinancovanie spoločnosťou Whitbread, sponzoring, finančné a iné dary od zákazníkov, marketingová činnosť, dary od partnerských organizácií a dodávateľov a centrálne riadené kampane. Provízie a rekvalifikácie učiteľov nie sú vyplácané charitou, ale danými štátmi po vzájomnej dohode, kedy organizácia financuje rozvoj infraštruktúry. Nadácia úzko spolupracuje s dodávateľskými partnermi, ktorí majú dlhodobé vzťahy s mimovládnymi organizáciami, vládou, regionálnymi a miestnymi orgánmi, družstvami a komunitami v danej krajine. Dodávatelia sú v konečnom dôsledku zodpovední za každodenné riadenie projektov.[63] Nadácia každoročne kontroluje správnosť faktúr a rozpočtov a vydáva výročné správy obsahujúce informácie zabezpečujúce priehľadnosť tokov financií v danej organizácii. Za posledné sledované obdobie 2016/2017 , ukončením 3. marca 2017, bolo vytvorených 11 nových školských projektov v 4 krajinách. Tieto projekty obsahovali výstavbu tried, jedální, počítačovej miestnosti a oddelených sanitárnych zariadení. Ďalej bolo vytvorených 9 ďalších expanzívnych projektov na stredných školách v Guatemale a 3 v Etiópii, zahrňujúc priestory pre učiteľov, dostavbu tried, sanitárnych zariadení a ihrísk pre žiakov.

[61] The Forest Carbon Partnership Facility.2018.“What Is REDD+? | The Forest Carbon Partnership Facility.” https://www.forestcarbonpartnership.org/what-redd.
[62] UTZ.2018.“Who We Are.” https://utz.org/who-we-are/.
[63] Costa Foundation. 2013.“The Charity.” https://www.costafoundation.com/about/.

Ďalších 16 návrhov na prestavbu, respektíve výstavbu škôl bolo v roku 2017 schválených a čaká na schválenie všetkých potrebných dokumentov. Väčšina z nich sa nachádza v Afrike, ďalej Vietname a Južnej Amerike. Za obdobie 2016/2017 celkové výnosy predstavovali 2 milióny libier, z toho 1,7 milióna bolo vyplatených v rámci fondov a charity a 415 tisíc libier bolo viazaných na projekty spĺňajúce podmienky charity. Tieto toky financií a riadne spĺňanie požiadaviek sú pravidelne kontrolované. To je dôvodom pre následný dlhší časový interval medzi schválením projektu a jeho financovaním. Stav rezerv nadácie predstavuje 2 % z jej investovaných aktív.[64]

Organizácia za posledné roky predstavila 4 svoje nové a zároveň doposiaľ najúspešnejšie projekty. Prvým je Hoa Hong materská škola v okrese Cu Kuin, s počtom obyvateľov 110 tisíc, v provincii Dak Lak vo Vietname, otvorená v novembri 2013. Tamojšie podmienky dovtedy nedovoľovali kvalitné predškolské vzdelanie pre deti vo veku od 3 do 6 rokov, boli nútené sa vzdelávať v spoločenských priestoroch dedín, požičiavať si učebné pomôcky od najbližších školských zariadení a vyučovanie prebiehalo na neprofesionálnej úrovni. Po vybudovaní školy začalo vyučovanie prebiehať na profesionálnej úrovni za účasti kvalifikovaných učiteľov. Škola získala po 4 mesiacoch ocenenie za kvalitu výučby miestnym vzdelávacím orgánom. Druhým projektom bolo otvorenie strednej školy Chuquibambilla v Peru. Škola bola postavená prioritne pre poskytovanie výučby adolescentom z miestneho kmeňa žijúceho v centrálnej vysočine, ktorí museli do jej otvorenia za štúdiom dochádzať 24 kilometrov pešou chôdzou. V roku 2015 otvorila Costa Foundation v spolupráci s Fundacion Nicafrance prvú novopostavenú školu v Nikaraguy. Boli im zabezpečené hygienické zariadenia, hračky, sladká voda, elektrická energia a stolné počítače. [65] V roku 2018 bola otvorená za pomoci organizácie Peas prvá škola v Zambii v oblasti špecializujúcej sa na pestovanie kávy.[66]

V roku 2017 bol prijatý nový strategický plán až do roku 2020, s cieľom zvýšiť investície do už existujúcich škôl v kávu pestovateľských krajinách pre poskytnutie čo najlepšieho vzdelávacieho prostredia pre žiakov a študentov. Rovnako sa zameriava na udržateľný rozvoj a investície do ešte spoľahlivejšieho monitorovania spĺňania podmienok budovania infraštruktúry a inej pomoci. Zahŕňa výstavbu 100 školských projektov, ktoré by mali

[64] Costa Foundation. 2017. Costa-Foundation-signed-2017-accounts-November-2017.pdf. https://www.costafoundation.com/wp-content/uploads/2018/02/Costa-Foundation-signed-2017-accounts-November-2017.pdf
[65] Costa Foundation.2014.“What’s New?” https://www.costafoundation.com/new/.
[66] PEAS. 2018.“Celebrating the Launch of PEAS Kampinda in Zambia.” https://www.peas.org.uk/blog/celebrating-launch-peas-kampinda.

poskytnúť 50 tisíc nových miest v školách poskytujúcich plnohodnotné vzdelanie v hodnote asi 6 miliónov libier. Po dosiahnutí tohto cieľa by malo v školských laviciach sedieť asi 120 000 detí podporovaných fondmi nadácie Costa.[67]

Spoločnosť Starbucks rovnako prezentuje svoj komplexný prístup k znižovaniu vplyvu na životné prostredie vo všetkých aspektoch svojho reťazca a integráciu riešení problémov s dlhodobým úžitkom. Od roku 2004 implementuje stratégiu v oblasti zmeny klímy, ktorá sa zameriava na obnoviteľnú energiu, úsporu energie a úsilie o zmiernenie klimatických zmien. 80 % škodlivého dopadu na životné prostredie tvorí energia využívajúca sa na prevádzku obchodov, kancelárií a výrobných závodov, na udržiavanie skladových prevádzok, vozidiel a lietadiel vlastnených spoločnosťou. Zameriava sa preto na úsporu energie a využívanie obnoviteľnej energie. Spoločnosť je spolu-zakladajúcim členom Business for Innovation Climate and Energy Policy a členom RE100[68], čo je celosvetová organizácia, ktorá spája viac ako 100 významných podnikov, ktoré sa zaviazali k 100% využívaniu obnoviteľnej elektrickej energie a zvýšeniu dopytu po energii z obnoviteľných zdrojov.[69] V roku 2008 si Starbucks stanovil cieľ znížiť spotrebu vody o 25% do roku 2015. Cieľ bol splnený a spotreba vody bola znížená o 26,5% hlavne prostredníctvom modernizácie vodoinštalácie. Okrem spotreby vody v rozvinutých krajinách je Starbucks zameraný aj na spotrebu, ochranu a prístup k nej v krajinách exportujúcich kávu. Zaoberá sa znižovaním spotreby vody v rámci spracovateľských procesov, na ochranu riek a tokov ovplyvňujúcich životné podmienky pracovníkov na farmách a zabezpečovaním ich prístupu k pitnej vode. Investuje do programov zameraných na riešenie problémov týchto komunít aj v oblasti hygieny. Environmentálnu stopu sa spoločnosť snaží zmierniť aj využívaním recyklovateľných a opätovne využiteľných pohárov a obalov na jedlo a nápoje. Recyklácia v tomto prípade závisí z väčšej časti na konkrétnom zákazníkovi a prístupe k boxom na recyklovateľný odpad. Starbucks spolupracuje s Paper Recovery Alliance a Plastic Packaging Institute, s cieľom preniesť teóriu recyklácie čo najviac do praxe a povedomia zákazníkov. V roku 2001 sa pripojil k programu LEED a LEED certifikácii. LEED, respektíve Leadership in Energy and Environmental Design, je v súčasnosti najrozšírenejším systémom hodnotenia ekologických nehnuteľností na svete. Starbucks má vo svete týmto certifikátom označených viac ako 1 000 obchodov v 20 krajinách. Certifikácia

[67] Costa Foundation.2017.Costa-Foundation-signed-2017-accounts-November-2017.pdf. https://www.costafoundation.com/wp-content/uploads/2018/02/Costa-Foundation-signed-2017-accounts-November-2017.pdf

[68] Starbucks Coffee Company. 2018.“Tackling Climate Change.” https://www.starbucks.com/responsibility/environment/climate-change.

[69] RE100. 2018.“RE100 - RE100.” http://there100.org/re100.

zahŕňa použitie recyklovaných kávových zŕn v stolových doskách a lepidlá, tmely, farby, nátery a podlahy s nízkym obsahom škodlivín voči životnému prostrediu.[70]

Starbucks Foundation vznikla ako následok záväzku spoločnosti Starbucks o podporu komunít vo svete, ktorým sa prezentuje vo svojej agende. Snaha o zvýšenie gramotnosti v USA a Kanade od roku 2007 prerástla do celosvetovej pomoci sociálne slabším skupinám z väčšej časti v rozvojových krajinách exportujúcich kávu. Starbucks Foundation investuje do programov určených na posilnenie miestneho hospodárskeho a sociálneho rozvoja. V roku 2015 poskytla 6 miliónov dolárov poskytujúc tak 128 grantov neziskovým organizáciám na podporu rozvoja detí a mládeže a sociálny rozvoj konkrétnym skupinám, z toho v rokoch 2014 až 2015 smerovalo 4,7 milióna dolárov na realizáciu projektov v Nikaragua, Kolumbii, Guatemale, Sumatre, Tanzánii a Konžskej demokratickej republike. Od roku 2014 spolupracuje s neziskovou organizáciou Seeds for Progress Foundation, zameriavajúcou sa na podporu vzdelanosti a zdravotnej starostlivosti v Nikaragua, kam smerovalo 300 tisíc dolárov z finančných prostriedkov na podporu 8 škôl. Keďže nie je neziskovou organizáciou, okrem darov neziskovým organizáciám sa rozhodla poskytovať pôžičky pre pestovateľov , a to za úrokovej sadzby 2,45 %. Okrem sociálneho smeru sa organizácia zameriava aj na podporu farmárov, ktorí sa zaviazali k zlepšeniu pracovných podmienok a ekologickým pestovateľským postupom, dnes 300 000 pestovateľov v 25 krajinách obhospodarujúcich 170 tisíc hektárov pôdy. Vo svete majú rozmiestnené centrá pomoci, kde majú farmári prístup k najnovším poznatkom špičkových agronómov, vrátane nových odrôd stromov odolných voči chorobám a pokročilým technikám na obhospodarovanie pôdy. Na začiatku roku 2018 bola pre verejnosť otvorená hacienda Alsacia v Kostarike, kde má verejnosť prístup do skleníkov a na kávové polia, k procesu získavania kávových zŕn a ich spracovávania až po konzumovanie tamojšej priamo praženej kávy. Za účtovné obdobie 2016/2017 za nákup kávy, udržateľný rozvoj a úvery pestovateľom spoločnosť podľa správy Deloitte & Touche LLP vyplatila 495,6 milióna amerických dolárov.

Aj nadácia Starbucks Foundation si, rovnako ako Costa Foundation, určila ciele, ktoré chce splniť za päťročné obdobie počiatkom v roku 2015. Do roku 2020 chce rekvalifikovať ďalších 200 000 farmárov na plantážach a investovať 50 miliónov dolárov v podobe úverov na výrobu kávy, pričom do roku 2017 už z tohto záväzku bolo vyplatených 27 miliónov dolárov. Ďalším záväzkom bola výsadba 100 miliónov nových kávovníkov do roku 2025. V roku 2017 ich bolo

[70] Starbucks Coffee Company. 2018.“Environment.” https://www.starbucks.com/responsibility/environment.

z tohto počtu vysadených 30 miliónov, z nich v roku 2016 10 miliónov krov. Do roku 2025 má Starbucks Foundation, v kooperácii s inými organizáciami v rozvojových krajinách, za cieľ zlepšiť životné podmienky, zvýšiť gramotnosť výučbou na kvalitnej úrovni a sprístupniť pitnú vodu komunitám pestovateľov nielen kávy, ale aj kakaa a čaju u 250 tisíc rodín.[71]

Tabuľka č.1 : Vybrané organizácie z hľadiska oblasti pôsobenia a ich ciele

Retailové reťazce / Oblasti pôsobenia	**Starbucks**	**Costa Coffee**	
	Starbucks Foundation	**Costa Foundation**	**Rainforest Alliance**
Zameranie	Najmä udržateľný rozvoj	Sociálne zameranie	Udržateľný rozvoj
Zdravotníctvo	Neuvedené	Áno	Áno
Ekológia	Áno	Nie	Áno
Školstvo	Len prostredníctvom dotácií neziskovým organizáciám	Áno	Áno
Ciele do roku 2020 (Costa Coffee) / 2025 (Starbucks) voči rozvojovým krajinám	• Zvýšenie gramotnosti • Zlepšenie životných a pracovných podmienok • Rekvalifikácia farmárov • Výsadba kávovníkov • Úvery pre farmy • Pre 250 tisíc rodín	• 100 nových projektov v oblasti školstva • 50 tisíc nových pracovných miest • Možnosť výučby 120 tisíc žiakov a študentov	• Výsadba stromov • Rekvalifikácia farmárov • Snaha o zrovnoprávnenie pohlaví • Primeraná mzda • Zlepšenie zdravotnej starostlivosti

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe vyššie uvedených informácií

[71] Starbucks Coffee Company. 2018.“Global Responsibility Report Goals & Progress 2014” https://www.starbucks.com/responsibility/global-report.

3.3 Starbucks vs. Costa Coffee

V nadväznosti na predchádzajúcu kapitolu, Costa Coffee sa vo svojej činnosti v rámci udržateľného rozvoja orientuje z väčšej časti na krajiny produkujúce kávu a ako člen Rainforest Alliance sa snaží ochraňovať prírodné územia v týchto krajinách. Zaoberá sa najmä problematikou výrubu lesov a dažďových pralesov a následným úhynom rastlín a živočíchov. Zameriava sa na pestovateľov kávy a ich rekvalifikáciu pre zvýšenie povedomia o tejto problematike v daných krajinách, výsadbu nových stromov a ekologickejšie a prostrediu prospešnejšie pestovanie a následné spracovanie rastlín a ich plodín. Starbucks Foundation sa zaoberá rovnako počtom kvalifikovaných pracovníkov na farmách a plantážach a výsadbou kávovníkov, nie stromov a krov v zmysle zachovania ekosystému. Dôkazom zacielenia sa na túto problematiku je aj otvorenie haciendy v Kostarike pre širokú verejnosť s cieľom preukázania sa ako organizácia dbajúca na ekologickosť výroby. Táto sa z väčšej časti ale zameriava na zákazníkov v rozvinutých krajinách, prezentujúc sa hlavne ako spoločnosť recyklujúca odpad a zameriavajúca sa na využívanie čo najväčšieho množstva energie z obnoviteľných zdrojov. Vhodným príkladom je vytváranie svojich pobočiek a dcérskych spoločností pod certifikáciou LEED. Napriek členstvu v RE100 podľa správy z roku 2017, Starbucks spotrebovával len 80 % energie z obnoviteľných zdrojov, a svoj záväzok chce v čo najkratšom čase dosiahnuť. Spoločnosť Costa využíva v súčasnosti obnoviteľnú energiu na 100 %. Oba retailové reťazce predávajú svoje nápoje v recyklovateľných pohároch.

Obe spoločnosti sa prezentujú ako reťazce vykonávajúce alternatívny obchod so svojimi dodávateľskými krajinami. Costa Foundation, ktorá je na rozdiel od Starbucks Foundation nezisková organizácia, pôsobí vo viac ako 10 štátoch hlavne v Južnej Amerike a v Afrike. Do roku 2020 plánuje vytvoriť 100 nových školských projektov v oblasti vzdelávania a podpory výstavby školských a ubytovacích zariadení a zabezpečiť tak vzdelanie pre 120 tisíc detí v rozvojových krajinách a 50 tisíc nových pracovných miest. Starbucks Foundation v roku 2015 darovala podľa dostupných informácií 6,9 milióna dolárov neziskovým organizáciám rovnako na podporu gramotnosti a príležitostí pre mladistvých, no vo všeobecnosti sa zameriava skôr na efektivitu ekologického poľnohospodárstva a celkovú životnú úroveň v pestovateľských krajinách. Podľa dohľadaných informácií z reportov týchto organizácií z predchádzajúcich období ani jedna z organizácií nemá problém s plnením vopred vytýčených cieľov. Otázkou je transparentnosť presného množstva v súčasnosti uskutočňovaných a plánovaných projektov, ich financovania v rozvojových krajinách a ich reálneho

uskutočnenia. Objavujú sa aj špekulácie ohľadom pôžičiek Starbucks pre farmárov a ich reálneho prínosu. Costa Foundation vydáva každoročné správy o stave svojich príjmov a výdajov, ktoré obsahujú aj informácie ohľadom aktivít vykonaných charitou v danom roku, počte uskutočnených a plánovaných projektov a ich umiestneniach v konkrétnych krajinách s presným vyčíslením stavebných a iných nákladov. Starbucks Foundation vydáva len každoročné správy o udržateľnosti, ktoré napriek vyčísleniu toku financií za udržateľnosť a poskytnuté pôžičky obsahujú v porovnaní s Costa Coffee nedostatočne podrobné informácie o ďalších financovaných projektoch. Zahrňujú len celkové sumy vyplácané pestovateľom. Finančné reporty sú uverejňované iba spoločnosťou Starbucks, obsahujúc celkové príjmy a výdaje spoločnosti. Zo správy za rok 2017 vyplýva spoločnosťou zamietnuté vydávanie každoročných reportov o stave udržateľného rozvoja. Jej verejnosti prístupné oficiálne webové stránky obsahujú len vyššie spomínané informácie ohľadom sociálnej zodpovednosti s už spomínanými údajmi, ďalej články o pomoci konkrétnym rodinám či komoditám jednotlivých štátov. Tieto sú sprístupnené verejnosti, v porovnaní s reportmi Costa Foundation, v značne obmedzenom množstve. Na tomto príklade môžeme vidieť zatiaľ nie úplnú transparentnosť alternatívneho obchodu.

Záver

Káva je v alternatívnej forme obchodu jednou z kľúčových komodít. Na obchodovaní s ňou v súčasnosti závisia mnohé krajiny tretieho sveta a tisícky pracovníkov obchodného reťazca. Informácie ohľadom spokojnosti pestovateľov a skutočnom vyplácaní presných čiastok za Fair Trade a Direct Trade kávu v súčasnosti verejne dostupné nie sú, rovnako ani presné štatistiky ohľadom alternatívneho obchodu s kávou v konkrétnych krajinách tretieho sveta s jej číselnými údajmi tej ktorej krajiny. Rovnako neexistujú úplné verejnosti prístupné štatistiky, ale len reporty o úspešnosti alternatívnych foriem u pestovateľov a výrobcov Fair Trade a Direct Trade výrobkov vydávané každoročne najmä organizáciami predávajúcimi kávu. Hlavným cieľom tejto práce bola komparácia činnosti vybraných retailových reťazcov v rámci alternatívneho obchodu s kávou. Na základe získaných informácií môžeme konštatovať, že napriek menšiemu objemu v rámci retailových spoločností s kávou sa Costa Coffee venuje viac problematike pomoci pestovateľom v tretích krajinách. Vďaka jej neziskovej organizácii sú budované nové vzdelávacie zariadenia a obydlia pre zamestnancov škôl a žiakom je skrátená vzdialenosť dochádzania do im najbližšej školy. To má za následok zvýšenie návštevnosti týchto zariadení a zvýšenie gramotnosti v komunitách. Starbucks Foundation sa vo svojej agende zameriava viac na udržateľný rozvoj týchto krajín a ňou zverejňované informácie sú menej transparentné ako informácie zverejňované spoločnosťou Costa Coffee. Obe z porovnávaných organizácií sa do budúcnosti zamerali na zvyšovanie gramotnosti detí a mládeže, rekvalifikáciu farmárov a udržiavania rovnováhy v ekosystéme prostredníctvom výsadby nových stromov a krov – Starbucks len v rámci pomoci farmárom výsadbou kávovníkov a Costa Coffee v dôsledku zachovania ekosystému. Podľa komparácie dostupných informácií a výsledkov z predchádzajúcich období má Costa Coffee vyššie predpoklady k splneniu svojich cieľov.

Vedľajším cieľom tejto práce bolo porovnať konvenčný a alternatívny obchod s kávou z hľadiska jeho zamerania a spoločenskej zodpovednosti. Bežný obchod s kávou sa od jeho alternatívnych foriem odlišuje cieľom politík, kedy u bežného obchodu s kávou ide o minimalizáciu nákladov a maximalizáciu zisku. Konvenčný obchod ďalej využíva aj klamlivé praktiky čo sa týka udržateľného rozvoja a nevyvíja snahu o zlepšenie podmienok komunít v exportných krajinách. Naproti tomu, teória alternatívnych foriem obchodu hovorí o riadnom vyplácaní miezd pracovníkom, zlepšení životných podmienok v rozvojových krajinách, zvýšení gramotnosti a celkovom rozvoji tamojších komunít. Aj napriek zatiaľ nie úplnému prepojeniu teórie s praxou existujú informácie o úspešnom vyplácaní podielu pestovateľom za

predaj tejto kávy. Celosvetový stúpajúci vývoj a povedomie o alternatívnych formách obchodu naznačuje do budúcna zlepšujúce sa postavenie farmárov a postupné skvalitňovanie ich životnej úrovne.

Zdroje

1. Actualutte. 2014. Rédaction, La.“Voici les 10 multinationales qui contrôlent presque tout ce que vous achetez.” http://actualutte.com/voici-les-10-multinationales-qui-controlent-presque-tout-ce-que-vous-achetez/.
2. Aguilar, Delia D., Lacsamana, Anne E. 2004. Women and Globalization. New York: Humanity Books. p. 130. ISBN 1591021626.
3. Achilles Coffee. 2016. Major Coffee Growing Regions Of The World. https://achillescoffeeroasters.com/major-coffee-growing-regions-of-the-world/
4. Augustín Jozef. 2016. U kávy o kávě a kávovinách. Brno: Nakladatelství JOTA 362 s. ISBN 978-80-7462-850-4
5. Bauli Nadine. Get Coffee, Be Happy! 2017. Arabica vs Robusta Coffee Beans. https://www.getcoffeebehappy.com/difference-arabica-robusta-coffee-beans/
6. Cafepoint.sk 2018. Ako sa káva rozšírila po svete. http://www.cafepoint.sk/blog/ako-sa-kava-rozsirila-po-svete
7. Clark Taylor, 2007. Starbucked. New York: Hachette Book Group USA, 2007. 297 s. ISBN-13: 978-0-316-01348-2
8. Clerkx Lennart. Standart Journal.“2017. Anyone Can Trade Coffee.” https://journal.standartmag.com/anyone-can-trade-coffee-513ca2520e5.
9. Costa Foundation. 2013.“The Charity.” https://www.costafoundation.com/about/.
10. Costa Foundation. 2017. Costa-Foundation-signed-2017-accounts-November-2017.pdf. https://www.costafoundation.com/wp-content/uploads/2018/02/Costa-Foundation-signed-2017-accounts-November-2017.pdf
11. Costa Foundation.2014.“What’s New?” https://www.costafoundation.com/new/.
12. Counter Culture Coffee. 2017.“Coffee Sustainability | Sustainability of Coffee.” https://counterculturecoffee.com/sustainability.
13. ČerstváKáva.cz 2008. Rozšíření kávy. http://www.cerstvakava.cz/clanky/rozsireni-kavy/
14. Danwatch. 2018. Brazilian Coffee Is Sprayed with Deadly Pesticides. https://old.danwatch.dk/undersogelseskapitel/brasiliansk-kaffe-sproejtes/
15. Darboven. 2018. Pestovanie a zber kávy. https://darboven.com/sk-sk/home-sk/o_kave/co_ma_vplyv_na_kavu

16. DEL5452. DECRETO-LEI N.º 5.452, DE 1º DE MAIO DE 1943. Subchefia para Assuntos Jurídicos. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del5452.htm
17. DIEESE. 2018. Salário mínimo nominal e necessário. https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html
18. EFTA. 2018."EFTA - European Fair Trade Association." https://www.newefta.org/.
19. Ethical Coffee. 2018."What Is Direct Trade Coffee?" http://www.ethicalcoffee.net/direct.html.
20. Euromonitor International. 2016."Coffee Shops Around the World: Three Key Insights for 2016." https://blog.euromonitor.com/2016/04/coffee-shops-around-the-world-three-key-insights-for-2016.html.
21. Fair Trade. 2018."Facts and Figures about Fairtrade | Fairtrade Foundation." https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade/Facts-and-Figures.
22. Fair World Project. 2018."Fair Trade vs. Conventional Free Trade: An Introduction." http://fairworldproject.org/voices-of-fair-trade/fair-trade-vs-conventional-free-trade-an-introduction/.
23. FairTrade. 2011. 2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf 2011. https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/2011-06-28_fair-trade-glossary_WFTO-FLO-FLOCERT.pdf
24. FLO.2018."Fairtrade International (FLO): History of Fairtrade." https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/history-of-fairtrade.html.
25. FLO.2018."Fairtrade International (FLO): What Is Fairtrade?" https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html.
26. Gillikin Jason. SmallBusiness. 2018."Free Trade Vs. Fair Trade." http://smallbusiness.chron.com/trade-vs-fair-trade-1683.html.
27. Graça Filho, Afonso de Alencastro.2004. A economia do Império brasileiro. São Paulo: Atual, 2004.
28. Haight Colleen. 2011. Stanford Social innovation Review. "The Problem with Fair Trade Coffee (SSIR)." https://ssir.org/articles/entry/the_problem_with_fair_trade_coffee.
29. Haight, Colleen E. 2007."Does Fair Trade Coffee Help the Poor? Evidence from Costa Rica and Guatemala," https://ssir.org/images/resources/Haight_Fair_Trade_Research.pdf
30. How to coffee.2018. Pestovanie, zber a spracovanie kávy. http://howtocoffee.eu/pestovanie-zber-a-spracovanie-kavy/

31. ICO. 2018. International Coffee Organization - Trade Statistics Tables. http://www.ico.org/trade_statistics.asp
32. ICO. 2018.Historical Data on the Global Coffee Trade. http://www.ico.org/new_historical.asp?section=Statistics
33. Intelligentsia Coffee. 2018.“About | Intelligentsia Coffee.” https://www.intelligentsiacoffee.com/about-us.
34. ITC. 2018.“Trade Map - List of Exporters for the Selected Product (Coffee, Whether or Not Roasted or Decaffeinated; Coffee Husks and Skins; Coffee Substitutes ...).” https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm
35. Kahle, Lynn R.; Gurel-Atay, Eda, eds. 2014. Communicating Sustainability for the Green Economy. M.E. Sharpe. ISBN 9780765636812.
36. Mallo Juliana. 2014. The Brazil Business. Brazilian Coffee Industry. http://thebrazilbusiness.com/article/brazilian-coffee-industry
37. National Geographic. 2009.“Deforestation and Its Effect on the Planet.” https://www.nationalgeographic.com/environment/global-warming/deforestation/.
38. PEAS. 2018.“Celebrating the Launch of PEAS Kampinda in Zambia.” https://www.peas.org.uk/blog/celebrating-launch-peas-kampinda.
39. podnikajte.sk 2017.“Čo je franchising?” https://www.podnikajte.sk/start-podnikania/c/3098/category/franchisingove-podnikanie/article/co-je-franchising.xhtml.
40. Rainforest Alliance.2018.“About Us.” https://www.rainforest-alliance.org/about.
41. RE100.2018.“RE100 - RE100.” http://there100.org/re100.
42. Sarcauga, Michael. 2014. World Fair Trade Organization.“10 PRINCIPLES OF FAIR TRADE.” https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade.
43. Starbucks Coffee Company. 2018.“Environment.” https://www.starbucks.com/responsibility/environment.
44. Starbucks Coffee Company.2018.“Global Responsibility Report Goals & Progress 2014” https://www.starbucks.com/responsibility/global-report.
45. Starbucks Coffee Company. 2018.“Tackling Climate Change.” https://www.starbucks.com/responsibility/environment/climate-change.
46. Statista. 2018. World coffee production leading countries 2017 | Statistic. https://www.statista.com/statistics/277137/world-coffee-production-by-leading-countries/

47. Statista. 2018.“Coffee House Chains by Number of Stores Worldwide 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/272900/coffee-house-chains-ranked-by-number-of-stores-worldwide/.
48. Statista. 2018.“Coffee House Chains by Number of Stores Worldwide 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/272900/coffee-house-chains-ranked-by-number-of-stores-worldwide/.
49. Statista. 2018.“Countries with the Largest Number of Starbucks Stores Worldwide 2017 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/306915/countries-with-the-largest-number-of-starbucks-stores-worldwide/
50. Statista. 2018.“Fairtrade International Products: Retail Sales in Selected Countries 2015 | Statistic.” https://www.statista.com/statistics/247459/estimated-sales-of-fairtrade-products-in-selected-countries/.
51. Summers Chris . BBC News.“2014. How Vietnam Became a Coffee Giant.” http://www.bbc.com/news/magazine-25811724.
52. The Economist.2007.“How Fair Is It?” https://www.economist.com/blogs/freeexchange/2007/10/is_it_fair.
53. The Forest Carbon Partnership. 2018.“What Is REDD+? | The Forest Carbon Partnership Facility.” https://www.forestcarbonpartnership.org/what-redd.
54. Tchibo Corporate Website SK. 2018. História kávy – Káva. https://tchibo.com/servlet/content/463324/-/root-page/tchibo-company/sortiment/kvov-ponuka/histria-kvy.html
55. Tchibo Corporate Website SK. 2018.Spracovanie kávy – Káva. https://tchibo.com/servlet/content/463280/-/root-page/tchibo-company/sortiment/kvov-ponuka/spracovanie-kvy.html
56. UNESCO. 2018.“Education : Literacy Rate.” http://data.uis.unesco.org/index.aspx?queryid=166#.
57. UTZ. 2018.“Who We Are.” https://utz.org/who-we-are/.
58. Verdict Drinks. 2017.“Time for a Brew: The World’s Biggest Retail Coffee Chains.” https://www.drinks-insight-network.com/features/featuretime-for-a-brew-the-worlds-biggest-retail-coffee-chains-5713690/.
59. Veselá Petra. Ritual Coffee. 2016. Spracovanie kávových zŕn. https://www.ritualcoffee.eu/blog/spracovanie-kavovych-zrn/
60. Whitbread.2018.“Our Brands“ https://www.whitbread.co.uk/our-brands/costa

61. World Fair Trade Organization. 2014.“ABOUT WFTO.” https://wfto.com/about-us/about-wfto.