



Výzkumná zpráva

TRAMA

Metodika a analýza

Obsah

1.Úvod	
2.Analýza sekundárních dat	
3.Koncepční rámec	18
4.Metodický přístup	25
5.Návrh výběru vzorků	31
6.Diskuse a analýza primárních dat	36
7.Závěry	84
8.Odkazy	88
9.Přílohy	92

1. Úvod

Tato výzkumná zpráva podrobně popisuje výzkum provedený ve dvou fázích, nejprve prostřednictvím sekundárních dat a poté prostřednictvím primárního výzkumu případových studií s využitím dotazníků pro vlastní potřebu, který byl proveden v rámci projektu R1 - Kurikulum a pracovní profil. Cílem projektu R1 je provést hloubkový výzkum a analýzy o hodnotovém řetězci v oblasti módy a identifikovat případové studie a osvědčené postupy týkající se módních domů a značek a jejich současných hodnotových řetězců a potřeb, zejména v rámci oběhového hospodářství.

1. Naším cílem je vyškolit manažery soukromého a/nebo veřejného sektoru odpovědné za zadávání veřejných zakázek, řízení dodavatelského řetězce, nákupčí atd., aby nenakupovali výrobky nebo služby, které porušují lidská práva nebo znečišťují životní prostředí.
2. Naším cílem je propagovat osvědčené postupy v oblasti módního a textilního průmyslu nebo/i zadávání zakázek na oděvy, obuv, textil a kůži veřejnými nebo soukromými společnostmi, které dokázaly čelit těmto rizikům prostřednictvím etických a ekologicky udržitelných a transparentních metod a postupů.
3. Naším cílem je určit potřebné dovednosti a postupy, které se používají k dosažení výše uvedeného bodu.

Intelektuální výstup R1 je součástí výzkumné fáze, která pro nás byla škodlivá pro vytvoření vhodného a užitečného obsahu vzdělávacího programu, který by splnil své cíle.

Prostřednictvím Předběžných úkolů jsme identifikovali klíčové hráče ekosystému transparentních módních podniků v každé partnerské zemi a ty hlavní evropské. Vytvořili jsme tabulku v Excelu a provedli jsme analýzu situace a průzkum těchto klíčových hráčů. Všechny tyto údaje každý partner prezentoval během zahajovací akce v Aténách.

V rámci zahájení jsme uspořádali workshop zaměřený na akční učení v oblasti designového myšlení, kterého se zúčastnili hlavní aktéři komunity etické módy v Aténách, včetně etických návrhářů, etických profesionálů, konzultantů, pedagogů a zástupců neziskových organizací. To nám pomohlo navázat kontakt s naší místní cílovou skupinou, získat účastníky pro náš školicí program a příznivce a ambasadory TRAMA. Ještě více nám to však pomohlo zjistit, jak podnikatelé v oblasti módy řídí své dodavatelské řetězce, aby dosáhli etických, zelených, transparentních a sledovatelných dodavatelských řetězců. Podařilo se nám také pochopit, jaké jsou potřeby a dovednosti manažerů dodavatelských řetězců, jaké jsou jejich hlavní výzvy a jakou platformu školení preferují.

Výsledky těchto činností nám pomohly pochopit naše cíle výzkumu a odborné přípravy, které byly postupně spoluvytvářeny v oblastech znalostí TRAMA. Tematické oblasti byly ve skutečnosti vzájemně propojené a provázané a měly by být realizovány současně stejnými

výzkumnými prostředky. Prověřili jsme relevantní literaturu o řízení dodavatelského řetězce a obchodních dovednostech v oblasti due diligence a vytvořili jsme náš koncepční výzkumný rámec pro oba konstrukty a subjekty.

Po navržení koncepčního rámce jsme se rozhodli, že musíme důkladně prozkoumat osvědčené postupy transparentních módních podniků v našich zemích, abychom zjistili, jak se dosahuje transparentního řízení dodavatelského řetězce a jaké obchodní dovednosti přispívají k úspěšnému výkonu při dosahování sociálních, environmentálních, etických, ekologických, transparentních a sledovatelných dodavatelských řetězců. Naše případové organizace jsme vybrali na základě specifických kritérií výběru; z každé země jsme vybrali dvě a provedli jsme s nimi několik rozhovorů, pozorování, shromáždili fotografie a prozkoumali jejich podnikové spisy a údaje. Provedli jsme rozsáhlou analýzu pomocí analytické indukce, víceúrovňového kódování a kategorizace prvků. Na základě výsledků kvalitativní studie jsme navrhli dotazník pro průzkum. Výsledky naší průzkumné kvalitativní studie byly dostatečné pro návrh obsahu školícího programu R2 a příručky R3 pro školitele.



2. Analýza sekundárních údajů

2.1. Úvod

"Není krásy bez pravdy a není pravdy bez transparentnosti", Carry Somers Zakladatel a globální provozní ředitel Fashion Revolution (Fashion Transparency Index, 2019).

Srážka velkých krizí a hospodářských otřesů v posledních letech ovlivnila všechny části hospodářství a společnosti EU a donutila nás zpochybnit předpoklady a přehodnotit náš hospodářský model. Geopolitická situace v souvislosti s invazí Ruska na Ukrajinu, pandemie a obnova, naléhavá potřeba reagovat na krizi klimatu a biologické rozmanitosti vedly k tomu, že jsme znovu začali klást důraz na to, jak můžeme zvýšit blahobyt našich občanů a zajistit udržitelný růst prostřednictvím lepšího využívání zdrojů a materiálů, z nichž se skládají výrobky, které denně používáme, a také zlepšením samotných výrobků. Tím, že výrobky spotřebovávají méně energie, používají se efektivněji a déle, spoléháme na recyklované materiály namísto primárních surovin a šíříme přední modely oběhového hospodářství, můžeme oddělit náš hospodářský růst od využívání přírodních zdrojů a zhoršování životního prostředí. Prosazováním harmonizovaného přístupu na úrovni EU můžeme zvýšit konkurenceschopnost, vytvořit nové podnikatelské příležitosti a pracovní místa, podpořit ekologizaci jednotného trhu v souladu s programem udržitelného růstu Evropské zelené dohody, umožnit spotřebitelům ušetřit náklady a zvýšit odolnost hospodářství EU vůči narušení integrovaných globálních hodnotových řetězců. Kromě toho rozhodujícím způsobem přispěje k dosažení klimatické neutrality do roku 2050, k zastavení úbytku biologické rozmanitosti a k dosažení naší ambice nulového znečištění (návrh nařízení EU o ekodesignu udržitelných výrobků, 2022) .

2.2. Evropské pozadí a význam této studie

Podle strategie EU pro udržitelný a oběhový textil (březen 2022) je textilní a oděvní odvětví v EU ekonomicky významné a může hrát významnou roli v oběhovém hospodářství. Zahrnuje více než 160 000 společností, zaměstnává 1,5 milionu lidí a v roce 2019 vygenerovalo obrát ve výši 162 miliard EUR. Očekává se, že spotřeba oděvů a obuvi se do roku 2030 zvýší o 63 %, textilní průmysl má z hlediska globálního životního cyklu v průměru čtvrtý nejvyšší negativní dopad na životní prostředí a změnu klimatu a třetí nejvyšší dopad na využívání vody a půdy. Jedním z hlavních zdrojů neúmyslného uvolňování znečištění mikroplasty jsou textilie ze syntetických vláken. Odhaduje se, že přibližně 60 % vláken používaných v oděvech je syntetických, převážně polyesterových, a toto množství stále roste. V EU se ročně vyhodí přibližně 5,8 milionu tun textilu, což je přibližně 11 kg na osobu, a každou sekundu je někde na světě skládčován nebo spalován nákladní automobil s textilem. Výroba a spotřeba textilních výrobků stále roste, a tím roste i jejich dopad na klima, spotřebu vody a energie a na životní prostředí. Přechod textilního odvětví je pomalý a ekologická a klimatická stopa

zůstává vysoká. Tyto negativní dopady mají kořeny v převládajícím lineárním ekonomickém modelu založeném na principu "vzít, vyrobit, zlikvidovat", který se vyznačuje nízkou mírou používání, opětovného použití, oprav a recyklace textilních vláken a který často neklade kvalitu, trvanlivost a recyklovatelnost jako priority při navrhování a výrobě oděvů. Vylučování mikroplastů ze syntetických textilií a obuvi ve všech fázích jejich životního cyklu dále zvyšuje dopady tohoto odvětví na životní prostředí. "Pokud nedojde ke změně způsobu získávání, výroby, dodávek, používání, regenerace a obnovy výrobků, svět v dohledné době vyčerpá mnoho přírodních zdrojů" (Hazen et al., 2017).

Strategie EU uznává, že složitý a různorodý globální hodnotový řetězec v oblasti textilu se potýká také se sociálními problémy, které jsou částečně způsobeny tlakem na minimalizaci výrobních nákladů, aby byla uspokojena poptávka spotřebitelů po cenově dostupných výrobcích. Dětská práce v oděvním průmyslu je vážným zdrojem obav. Vzhledem k tomu, že ženy tvoří většinu nízkopříjmové a nekvalifikované textilní pracovní síly, má zlepšení udržitelnosti dodavatelského řetězce také důležitý rozměr rovnosti žen a mužů. Textilní průmysl má potenciál pro pokrok v oblasti rovnosti žen a mužů, neboť se odhaduje, že 75 % celosvětových pracovníků v oděvním průmyslu tvoří ženy (SWD, 2017).

Výroba oděvů prochází mnoha fázemi, než se dostane do obchodů (pěstování bavlny, zemědělství, spřádání příze, barvení látek, šití, balení, přeprava, emise do ovzduší z různých fází dodavatelského řetězce, konečný uživatel). Skutečné environmentální a sociální náklady jsou vysoké. Přesto dnes některé značky prodávají své oblečení za cenu jako šálek kávy. Žijeme v klimatické nouzi a módní a textilní průmysl je jedním z nejvíce znečišťujících a plýtvajících odvětví. Toto odvětví je stále netransparentní a dochází k rozsáhlému vykořisťování lidí pracujících v dodavatelském řetězci. Nikdy předtím nebylo na planetě tolik lidí v otroctví a móda je klíčovým faktorem této reality. Značky a prodejci stále nepřijímají dostatečnou odpovědnost za platové a pracovní podmínky ve svých továrnách, za dopady materiálů, které používají, na životní prostředí nebo za to, jak výrobky, které vyrábějí, ovlivňují zdraví lidí, zvířat a naší živé planety. Oděvy jsou vyráběny z materiálů a procesů, které vyžadují těžbu přírodních neobnovitelných zdrojů a mají značný negativní dopad na životní prostředí.

Přímo v módním a textilním průmyslu pracuje 75 milionů lidí, z toho asi 80 % žen. Mnoho z nich je vystaveno vykořisťování, slovnímu a fyzickému násilí, pracují v nebezpečných podmínkách a za velmi nízkou mzdu. Móda je druhým odvětvím moderního otroctví. Podle předběžného výzkumu, který provedl autor této studie, je v Řecku výroba oděvů vystavena vysokému riziku pracovního vykořisťování. Značky platí v průměru 1e-1,8e za oděv; v továrnách pracují řecké krejčovské, většinou ženy, kterým se platí 4e za den; v řeckých továrnách jsou zavřeni nezletilí migranti a uprchlíci bez doprovodu, kteří pracují v otrockých

podmínkách, dostávají mzdu 20e měsíčně, nemají svobodu pohybu a jsou jim zadržovány doklady. (Fotiadi, 2019)

Obchodování s lidmi je závažný a ohavný zločin, který porušuje lidskou důstojnost a který se vyskytuje při výrobě zboží a poskytování služeb, jež denně spotřebováváme. V roce 2016 žilo v moderním otroctví 40,3 milionů lidí. Existuje ve všech koutech světa, přesto je pro většinu lidí zdánlivě neviditelné. Odhalení tohoto problému vyžaduje trvalou ostražitost a akci (Global Slavery Index, 2018).

Dvacet čtyři a půl milionu (24,9) lidí pracuje v podmínkách moderního otroctví. Jeden (1) ze čtyř (4) jsou děti. průměrný věk zotročení je 12 let. Odhaduje se, že na celém světě pracují 2 miliardy neformálních pracovníků, kteří nemají základní pracovní, sociální a zdravotní ochranu. Hodnota výrobků ohrožených obchodováním s lidmi dovážených zeměmi G20 činí 354 miliard dolarů; mezi pět výrobků nejvíce ohrožených obchodováním s lidmi dovážených zeměmi G20 patří: 1) notebooky, počítače a chytré telefony s hodnotou 200,1 miliardy dolarů, 2) oděvy s hodnotou 127,7 miliardy dolarů, 3) ryby s hodnotou 20,9 miliardy dolarů, 4) čokoláda s hodnotou 3,6 miliardy dolarů a 5) cukr s hodnotou 2,1 miliardy dolarů.

Na celém světě pracuje 218 milionů dětí ve věku 5-17 let. Z nich 152 milionů je obětí dětské práce a 73 milionů pracuje v nebezpečných podmínkách.

V Evropě je v otroctví 1 243 400 lidí. Řecko je na druhém místě evropského žebříčku s 7,9/1000 procenta obyvatelstva žijícího v otroctví, tedy asi 89 000 lidí. Řecko je známé jako "centrum obchodování s lidmi v Evropě", protože je to země, která je díky své zeměpisné poloze vstupní branou do Evropské unie a na kterou připadá 90 % případů nelegálního přistěhovalectví do Evropy. (Global Slavery Index, 2018).

Podle speciálního průzkumu Eurobarometr zveřejněného v březnu 2020, který odhaluje výsledky výzkumu provedeného v prosinci 2019, se 94 % lidí domnívá, že ochrana životního prostředí je pro ně osobně důležitá, a 76 % lidí se domnívá, že změna klimatu je v jejich zemi velmi závažným problémem. V Řecku se tato čísla rovnají 70 %, resp. 82 %. Zejména v případě oděvního průmyslu se 82 % lidí v Evropě domnívá, že o environmentálních problémech a pracovních podmínkách spojených s oděvy není dostatek informací, zatímco v Řecku se toto číslo vyšplhalo až na 92 % respondentů.

Podle průzkumu Fashion Revolution Consumer Survey 2018 více než třetina lidí uvedla, že při nákupu oblečení zohledňuje sociální a environmentální dopady. 84 % respondentů uvedlo, že by módní značky měly řešit globální chudobu 85 % respondentů uvedlo, že by módní značky měly řešit změnu klimatu. 72 % veřejnosti uvedlo, že by módní značky měly více usilovat o

zlepšení života žen, které vyrábějí jejich produkty. 80 % respondentů uvedlo, že by módní značky měly zveřejňovat informace o svých výrobcích. Většina respondentů (68 %) souhlasila s tím, že vláda by měla hrát určitou roli při zajišťování udržitelné výroby oděvů. Tři čtvrtiny lidí souhlasily s tím, že by módní značky měly mít zákonem stanovenou povinnost chránit životní prostředí v každé fázi výroby, 77 % lidí souhlasilo s tím, že by módní značky měly mít zákonem stanovenou povinnost dodržovat lidská práva všech, kteří se podílejí na výrobě jejich produktů.

2.3. Dodavatelské řetězce a oběhové hospodářství

Dodavatelský řetězec v oblasti módy je síť mezi společnostmi a jejich dodavateli, jejímž cílem je výroba a distribuce určitého výrobku konečnému kupujícímu. Tato síť zahrnuje různé činnosti, osoby, subjekty, informace a zdroje. Módní dodavatelský řetězec představuje také kroky, které jsou nutné k tomu, aby se výrobek dostal z původního stavu k zákazníkovi. Dodavatelské řetězce vytvářejí společnosti proto, aby mohly snížit své náklady a udržet si konkurenceschopnost v podnikatelském prostředí. Je důležité pochopit, jak správně řídit dodavatelský řetězec. Dodavatelský řetězec je síť všech osob, organizací, zdrojů, činností a technologií, které se podílejí na tvorbě zboží a služeb. Zahrnuje všechny činnosti a materiály, které jsou součástí zboží nebo služeb. Zahrnuje výrobu surovin, výrobní fáze, přepravu, dodávku a likvidaci na konci životnosti. Zahrnuje také činnosti dodavatelů a subdodavatelů (Morris, 2020).

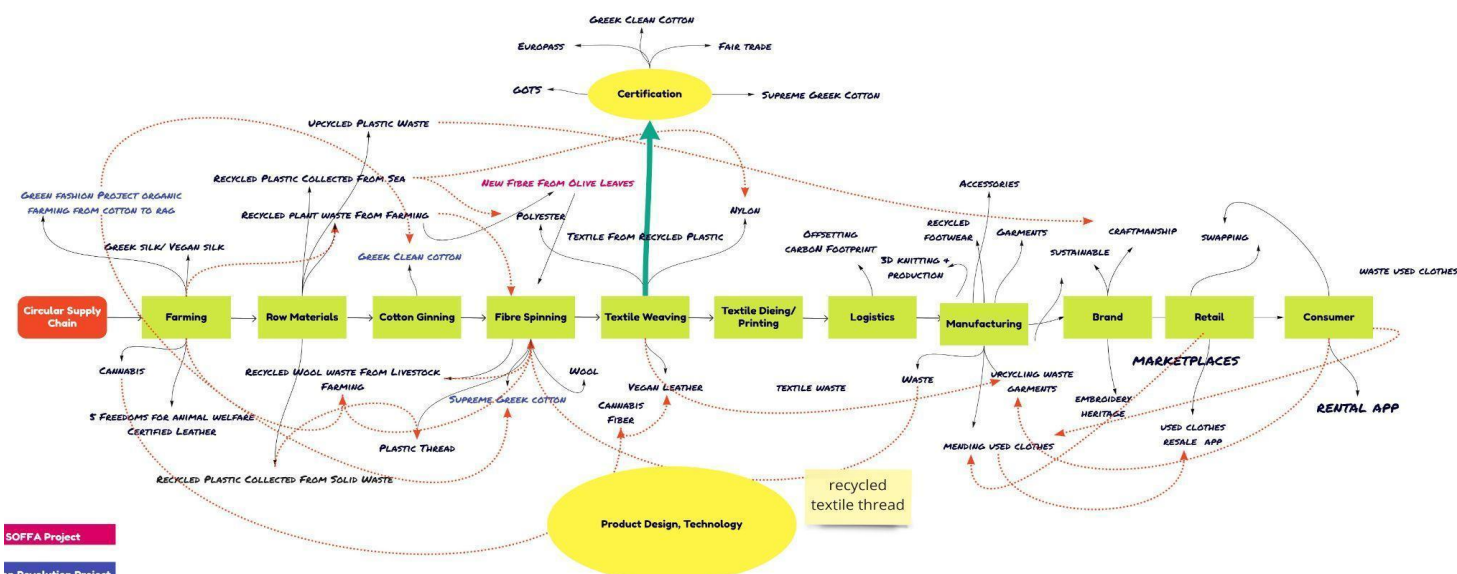
Řízení dodavatelského řetězce (SCM) je řízení toku zboží a služeb a zahrnuje všechny procesy, které přeměňují suroviny na konečné výrobky. Zahrnuje aktivní zefektivnění činností podniku na straně dodávek s cílem maximalizovat hodnotu pro zákazníka a získat konkurenční výhodu na trhu. SCM představuje snahu dodavatelů vyvinout a realizovat dodavatelské řetězce, které jsou co nejefektivnější a nejhospodárnější. Dodavatelské řetězce zahrnují vše od výroby přes vývoj výrobků až po informační systémy potřebné k řízení těchto podniků. SCM vychází z myšlenky, že téměř každý výrobek, který přichází na trh, je výsledkem úsilí různých organizací tvořících dodavatelský řetězec. Přestože dodavatelské řetězce existují již odedávna, většina podniků jim věnuje pozornost jako přidané hodnotě svého provozu teprve v poslední době.

Evropská zelená dohoda, akční plán pro oběhové hospodářství a průmyslová strategie označily textilní průmysl za prioritní odvětví, které má připravit cestu k uhlíkově neutrálnímu oběhovému hospodářství, a za klíčový hodnotový řetězec výrobků, který naléhavě potřebuje a má velký potenciál pro přechod na udržitelnou a oběhovou výrobu, spotřebu a obchodní modely. EU realizuje svůj rozsah zeleného a digitálního přechodu evropského textilního a oděvního odvětví prostřednictvím Strategie EU pro udržitelný a oběhový textil, návrhu

nařízení o ekodesignu udržitelných výrobků a směrnice o náležité péči podniků v oblasti udržitelnosti zveřejněné v březnu 2022, Cesty přechodu pro textilní ekosystém. Vizí strategie EU pro textil je, aby do roku 2030 byly textilní výrobky uváděné na trh EU s dlouhou životností a recyklovatelné, ve velké míře vyrobené z recyklovaných vláken, bez nebezpečných látek a vyrobené s ohledem na sociální práva a životní prostředí. Spotřebitelé budou mít delší dobu prospěch z vysoce kvalitního a cenově dostupného textilu, rychlá móda vyjde z módy a budou široce dostupné ekonomicky výhodné služby opětovného použití a oprav. V konkurenceschopném, odolném a inovativním textilním odvětví přebírají výrobci odpovědnost za své výrobky v celém hodnotovém řetězci, včetně případů, kdy se z nich stane odpad. Cirkulární textilní ekosystém vzkvétá díky dostatečným kapacitám pro inovativní recyklaci z vlákna na vlákno, zatímco spalování a skládkování textilu je omezeno na minimum. Hodnota textilu je v ekonomice zachována co nejdéle, čímž se snižuje závislost na primárních surovinách.

Řízení oběhového dodavatelského řetězce je definováno jako: (Batista et al., 2018).

"Koordinované dopředné a zpětné dodavatelské řetězce prostřednictvím účelné integrace podnikatelského ekosystému za účelem vytváření hodnot z produktů/služeb, vedlejších produktů a užitečných odpadních toků v rámci prodloužených životních cyklů, které zlepšují ekonomickou, sociální a environmentální udržitelnost organizací" (Batista et al., 2018). Oběhový dodavatelský řetězec zahrnuje opětovné využití nebo změnu využití odpadů a vratek od zákazníků s cílem přeměnit je na nové nebo renovované výrobky. Cílem oběhového dodavatelského řetězce je minimalizovat používání surovin a minimalizovat množství vyřazených odpadních materiálů. Byla zavedena řada pojmů, jako jsou udržitelné dodavatelské řetězce, zelené dodavatelské řetězce, ekologické dodavatelské řetězce a uzavřené dodavatelské řetězce, které se používají zaměnitelně. Níže uvedený graf ukazuje, jak lineární dodavatelský řetězec v oblasti módy vytváří v různých fázích smyčky a mění se v oběhový dodavatelský řetězec v oblasti módy.



Oběhové hospodářství znamená navrhování výrobků, služeb a podniků způsobem, který zajišťuje nepřetržitý tok zdrojů, s cílem eliminovat plýtvání a vytvářet účinnější a udržitelnější systémy. Úzce souvisí s myšlenkami up-cyclingu a uzavřených ekonomických cyklů, kdy jsou zdroje sdíleny a znovu využívány, čímž se eliminuje potřeba zbytečně těžit nové zdroje. Vytváření výrobků, které jsou vyrobeny tak, aby vydržely, z bezpečných, recyklovaných a udržitelnějších materiálů (tj. buď přirozeně vypěstovaných, vypěstovaných, nebo vytvořených pomocí obnovitelných procesů), které mohou být opakovaně recyklovány. Oběhové dodavatelské řetězce: Pohonné systémy, které recirkulují výrobky a podporují oběhové výrobní procesy a materiálové toky. Cirkulární cesty zákazníků: Poskytování přístupných způsobů, jak zažít a zapojit se do cirkulární módy, kde se výrobky více používají, opravují, znovu používají a recyklují.

2.4. Etické dodavatelské řetězce a zadávání veřejných zakázek

Reakce vlády na identifikaci rizik v oblasti dovozu, veřejných zakázek a obchodních dodavatelských řetězců jsou zásadní. Mezi země, které přijímají nejvíce opatření, patří: USA, Spojené království, Švédsko, Nizozemsko, Norsko, Belgie, Španělsko, Portugalsko, Černá Hora a Chorvatsko. Podle hodnocení vládních reakcí je milník Řecka v dodavatelských řetězcích pouhých 18,3 %. Celkové skóre Řecka je 55,1 % a získalo hodnocení BB. Nejvyšší skóre v regionu má Nizozemsko, které získalo 75,2 % hodnocení A, následuje Spojené království (71,5 % BBB), Švédsko (68,7 % BBB), Belgie (68,3 % BBB) atd.

Veřejnými zakázkami se rozumí proces, při kterém orgány veřejné správy, jako jsou ministerstva nebo místní úřady, nakupují práce, zboží nebo služby od společností. Více než

250 000 veřejných orgánů v EU každoročně utratí přibližně 14 % HDP za nákup služeb, prací a dodávek. V mnoha odvětvích mohou být orgány veřejné správy hlavními odběrateli, často nevědomky, závadného zboží. Vysoce riziková povaha veřejných zakázek vyplývá ze skutečnosti, že jsou napojeny na mnoho globálních trhů, a ze skryté povahy velké části dnešní pracovní síly, kde je moderní otroctví využíváno jako brutální způsob snižování výrobních nákladů na zboží a služby. Uplatnění ochranných opatření v dodavatelském řetězci na mnohamiliardovou kupní sílu měst a národních vlád by mohlo pomoci zavést společné standardy pro etické zadávání veřejných zakázek.

Společnosti, které vědomě či nevědomě využívají oběti obchodování s lidmi k výrobě zboží a poskytování služeb vládám, mají nespravedlivou konkurenční výhodu oproti podnikům, které při své činnosti dodržují lidská práva. Veřejné orgány by proto měly vytvořit rovné podmínky tím, že budou trvat na dodavatelských řetězcích bez THB, aby se zajistilo, že všechny podniky budou hrát podle stejných pravidel a že nebudou existovat žádné nespravedlivé výhody pro společnosti vykořisťující oběti obchodování s lidmi.

V červnu 2013 přijala Rada pro lidská práva rezoluci vyzývající státy a podniky k boji proti TČ, a to i v dodavatelských řetězcích. Úmluva Rady Evropy o opatřeních proti obchodování s lidmi označuje obchodování s lidmi za porušování lidských práv a vyzývá k lepší ochraně obětí. Evropská úmluva o lidských právech, čl. 4 odst. 2 zakazuje nucenou práci. Směrnice EU 2011/36/EU o boji proti obchodování s lidmi vyžaduje, aby státy odrazovaly od poptávky, která podporuje obchodování s lidmi. EU se zavázala: *"Bojovat proti obchodování s lidmi (THB) v EU za účelem všech forem vykořisťování, včetně pracovního vykořisťování, jakož i všech forem obchodování s dětmi"* (Rada Evropy, 18. května 2017). Dne 4. prosince 2017 přijala Evropská komise (dále jen "EK") sdělení, v němž požaduje, aby členské státy zintenzivnily svou činnost při "narušování obchodního modelu a rozplétání řetězce obchodování s lidmi".

Usnesení Evropského parlamentu ze dne 5. července 2016 o boji proti obchodování s lidmi ve vnějších vztazích EU přímo vyzývá k dialogu a partnerství mezi více zúčastněnými stranami, aby se spojili odborníci podniků na boj proti obchodování s lidmi a prováděli společná opatření proti obchodování s lidmi, a k tomu, aby *"EU a členské státy aktivně spolupracovaly s vnitrostátními a mezinárodními společnostmi s cílem zajistit, aby jejich výrobky v celém dodavatelském řetězci nebyly vykořisťovány, a aby nesly odpovědnost za obchodování s lidmi, k němuž dochází v kterémkoli bodě jejich dodavatelského řetězce, včetně přidružených společností a subdodavatelů"*.

Mezinárodní normy, jako jsou Hlavní zásady OSN pro podnikání a lidská práva, zásady iniciativy OSN Global Compact, třístranná deklarace MOP o zásadách sociální politiky,

závazky OBSE proti obchodování s lidmi a pokyny OECD. Protokol OSN o prevenci, potlačování a trestání obchodování s lidmi, zejména se ženami a dětmi, doplňující Úmluvu OSN proti nadnárodnímu organizovanému zločinu z roku 2000 (dále jen "Palermský protokol" [/ "Protokol OSN o obchodování s lidmi"]) vyžaduje, aby státy odrazovaly od poptávky, která podporuje všechny formy vykořisťování, a aby zavedly trestní odpovědnost za trestné činy související s obchodováním s lidmi. Cíle udržitelného rozvoje do roku 2030 ("SDGs") vyzývají k ukončení nucené práce do roku 2030. Zasedání Fóra OSN pro podnikání a lidská práva v listopadu 2018 se zaměřilo na zadávání veřejných zakázek jako páku pro náležitou péči v oblasti lidských práv v souvislosti s cílem udržitelného rozvoje 12.7. Nové směrnice EU o zadávání veřejných zakázek z roku 2014 potvrzují, že sociální kritéria mohou a měla by být při zadávání veřejných zakázek využívána.

Od dodavatelů se očekává, že se budou snažit řešit a snižovat riziko obchodování s lidmi ve svých provozech a dodavatelských řetězcích, budou proaktivní a vstřícní. Současně se uznává, že ne všichni dodavatelé jsou v podobné situaci a někteří, například ti s rozsáhlými dodavatelskými řetězci, mohou při plnění svých povinností čelit větším výzvám než ostatní. Navíc ne všechna rizika mají stejný dopad. Vyjádřil se Výbor pro veřejné zakázky a dodavatelské řetězce v USA (Procurement and Supply Chains Committee), který je součástí Senior Policy Operating Group of the President's Interagency Task Force to Monitor and Combat Trafficking in Persons (dále jen "Výbor SPOG"). Ochranná opatření pro řízení rizik byla do značné míry vytvořena podle úspěšných postupů v soukromém sektoru s cílem zvýšit stabilitu a produktivitu v rámci pracovní síly, včetně programu informovanosti zaměstnanců, horké linky, plánu náboru a mezd, plánu bydlení (Mayock et al, 2016).

Dánský institut pro lidská práva vydal soubor nástrojů (Morris, 2020), který má tvůrcům politik v oblasti veřejných zakázek, nákupčím a správčům zakázek umožnit zavádět požadavky na podporu dodržování lidských práv ze strany dodavatelů.

Cyklus zadávání veřejných zakázek se skládá z plánování zadávání veřejných zakázek, procesu zadávání veřejných zakázek a řízení smluv.¹ Soubor nástrojů zdůrazňuje, jak lze požadavky na dodržování lidských práv ze strany dodavatelů začlenit do různých fází cyklu zadávání veřejných zakázek. Rozsah zboží a služeb nakupovaných orgány veřejné správy je velmi různorodý, od rozsáhlých projektů v oblasti infrastruktury a rozvoje měst přes pořízování složitých položek, jako jsou zbraňové systémy, až po zadávání základních veřejných služeb v oblasti zdravotnictví a sociální péče a nákup běžného zboží, jako jsou kancelářské potřeby, nábytek a potraviny. Tento soubor nástrojů zdůrazňuje, jak lze požadavky na lidská práva začlenit do většiny veřejných zakázek.

Vzhledem k rozdílům mezi vnitrostátními režimy zadávání veřejných zakázek je v souboru nástrojů nastíněn obecný přístup, který má být relevantní pro různé právní a tržní kontexty. Vnitrostátní právní předpisy a politiky týkající se zadávání veřejných zakázek však mohou omezovat přímou použitelnost některých přístupů uvedených v tomto souboru nástrojů nebo naopak vyžadovat přísnější požadavky. Proto by uživatelé měli návrhy uvedené v tomto souboru nástrojů upravit tak, aby zajistili jejich soulad s vnitrostátními právními předpisy a politikami. Kromě toho by přizpůsobení místnímu kontextu mělo vycházet z posouzení současné úrovně znalostí, kapacit a rozpočtu v rámci funkce zadávání veřejných zakázek (Morris, 2020).

2.5. Index transparentnosti módy

Fashion Revolution od roku 2016 každoročně zveřejňuje Index transparentnosti módy (Ditty, 2020), který hodnotí a řadí 250 největších světových módních značek a prodejců podle toho, kolik informací zveřejňují o svých sociálních a environmentálních politikách, postupech a dopadech. Značky jsou vybírány na základě jejich ročního obrátu, který přesahuje 400 milionů USD a reprezentuje rozličné segmenty trhu včetně high street, luxusního zboží, sportovního oblečení, doplňků, obuvi a džínů z Evropy, Severní Ameriky, Jižní Ameriky, Asie a Afriky. FTI byla navržena tak, aby poskytla názorný pohled na to, kolik značky vědí a sdílejí informací o dopadech na lidská práva a životní prostředí v rámci svých hodnotových řetězců. Index transparentnosti v oblasti módy přezkoumává veřejně zveřejněné informace/údaje o zásadách, postupech, výkonnosti a pokroku hlavních značek v oblasti lidských práv a životního prostředí v celém hodnotovém řetězci.

FTI se zaměřuje zejména na transparentnost prostřednictvím zveřejňování informací, nikoli na vše, co značky a prodejci dělají interně a v zákulisí svých společností a dodavatelských řetězců. Nenabízí hloubkovou analýzu obsahu, kvality, autenticity nebo přesnosti zásad, postupů, výkonnosti a pokroku značek v dané oblasti. Ověřování tvrzení značek a prodejců je mimo rámec tohoto výzkumu. Metodika poskytuje poznatky, které: Odhalují vzorce transparentního zveřejňování informací; Identifikují vznikající témata a trendy v oblasti transparentnosti odvětví; Umožňují každému zjistit, jak si značky stojí v oblasti transparentnosti ve srovnání se svými kolegy; Lze je použít jako meziroční srovnání pro sledování pokroku v čase.

Index FTI se skládá z následujících oddílů a prvků pro hodnocení:

1. POLITIKA A ZÁVAZKY
 - 1.1. Jaké jsou zásady společnosti v oblasti lidských práv a životního prostředí?



- 1.2. Jaké jsou zásady společnosti týkající se lidských práv a environmentálních standardů v dodavatelském řetězci? (např. kodex chování, podmínky spolupráce, příručka pro dodavatele).
 - 1.3. Zveřejní postupy společnosti v oblasti lidských práv a životního prostředí (tj. jak společnost uplatňuje své zásady 1.1 a 1.2; pouhý audit dodržování zásad nestačí k získání bodů).
 - 1.4. zveřejňuje strategický plán postupného zlepšování dopadů na lidská práva a životní prostředí (tj. plán nebo vizi).
 - 1.5. zveřejňuje výroční zprávu o udržitelnosti nebo sociální odpovědnosti podniku, která je auditována nebo ověřena nezávislou třetí stranou. Zprávy zveřejněné po lednu 2019
2. SPRÁVA
 - 2.1. Zveřejňuje kontaktní údaje na oddělení společnosti, které je odpovědné za lidská práva a životní prostředí.
 - 2.2. Zveřejnění člena představenstva společnosti nebo výboru představenstva odpovědného za lidská práva a životní prostředí.
 - 2.3. Veřejně přiznává, jak společnost upřednostňuje peníze vynaložené na řízení a realizaci aktivit v oblasti CSR a udržitelnosti.
 - 2.4. zveřejňuje, jak společnost začleňuje lidská práva a ochranu životního prostředí do nákupních postupů.
3. SLEDOVATELNOST
 - 3.1. Zveřejňuje továrny prvního stupně (přímý vztah s kupujícím, např. výrobní jednotky, zařízení Cut Make Trim (CMT), šití oděvů, zušlechťování oděvů, kompletní výroba a balení a skladování).
 - 3.2. Zveřejňuje zpracovatelská zařízení (např. vyzrňování a předení, pletení, tkaní, subdodavatelé, barvení a mokré zpracování, koželužny, vyšívání, potisk, úprava tkanin, barvírny, prádelny atd.)
 - 3.3. Zveřejňuje dodavatele surovin, jako jsou vlákna, kůže, guma, barviva, kovy atd. (např. dodavatele surovin, farmy, jatka, dodavatele šicí příze, vláken a stříže, dodavatele chemikálií atd.).
4. POZNEJTE, UKAŽTE A OPRAVTE
 - 4.1. Poznejte, ukažte a opravte: Veřejně zveřejňuje postupy hloubkové kontroly lidských práv a životního prostředí, výsledky a kroky, které značka podniká k nápravě zjištěných problémů. (Upozornění: Audit sám o sobě nepředstavuje proces náležité péče.)
 - 4.2. Vědět: zveřejňuje, jak společnost hodnotí provádění svých zásad dodavatelského řetězce (jak je popsáno v bodu 1.2) podle jednotlivých zařízení (např. v továrnách, zpracovatelských zařízeních a na farmách).



- 4.3. Zobrazit: Veřejně zveřejňuje zjištění z hodnocení na úrovni zařízení (např. v továrnách, zpracovatelských zařízeních a na farmách).
- 4.4. Oprava: Zveřejnění popisu a stavu procesu nápravy
5. PROBLÉMY V CENTRU POZORNOSTI
 - 5.1. DŮSTOJNÁ PRÁCE A NÁKUPNÍ POSTUPY
 - 5.2. ROVNOST POHLAVÍ A RASOVÁ ROVNOST
 - 5.3. UDRŽITELNÉ ZDROJE A MATERIÁLY
 - 5.4. NADMĚRNÁ SPOTŘEBA, ODPAD A OBĚHOVÉ HOSPODÁŘSTVÍ
 - 5.5. VODA A CHEMIKÁLIE
 - 5.6. ZMĚNA KLIMATU A BIOLOGICKÁ ROZMANITOST

Dekarbonizace, odlesňování a regenerace

Emise uhlíku

Spotřeba energie

Podle Fashion Revolution Transparency Index 2022:

- celkové skóre značek bylo 24 %. 48 % zveřejňuje své výrobce první úrovně
- 12 % zveřejňuje informace o svých dodavatelských surovinách.
- 32 % zveřejňuje některá svá zpracovatelská zařízení.
- 31 % zveřejňuje seznam dodavatelů
- 32 % respondentů popisuje, že má zavedeny stálé systémy zpětného odběru oděvů, 22 % respondentů uvádí, co se s přijatým oděvem děje.
- 36 % z nich zveřejnilo svůj pokrok ve snižování používání primárních plastů u obalů, 18 % u textilu.
- 62 % velkých značek zveřejňuje svou uhlíkovou stopu ve vlastních zařízeních, 34 % zveřejňuje tyto informace na úrovni zpracování a výroby a 22 % na úrovni surovin.
- Nejvíce bodů letos získala italská značka **OVS** - 78 %, **H&M** - 68 %, **Timberland** a **The North Face** - 66 %, **C&A** a **Vans** - 65 %, **Gildan** - 63 %, **Esprit** a **United Colors of Benetton** - 60 %, **Tommy Hilfiger**, **Calvin Klein** a **Van Heusen** - 59 % a **Gucci**, **Target Australia** a **Kmart Australia** - 56 %.

2.6. Závěry

Tato výzkumná studie se zabývá problematikou prevence používání textilních výrobků a služeb, které byly vyrobeny prostřednictvím moderního otroctví a procesů zhoršujících klima v módním průmyslu. Studuje soubor procesů a postupů, které by měly vlády přijmout. Rovněž doporučuje soubor mechanismů a postupů pro zadávání veřejných zakázek a řízení dodavatelského řetězce v soukromém sektoru. Oblastí zájmu je módní a textilní odvětví v Evropě. Studie využívá přístup založený na teorii systémů a zkoumá dynamiku politické, organizační, sociální a individuální sféry při transformaci na udržitelné a etické dodavatelské



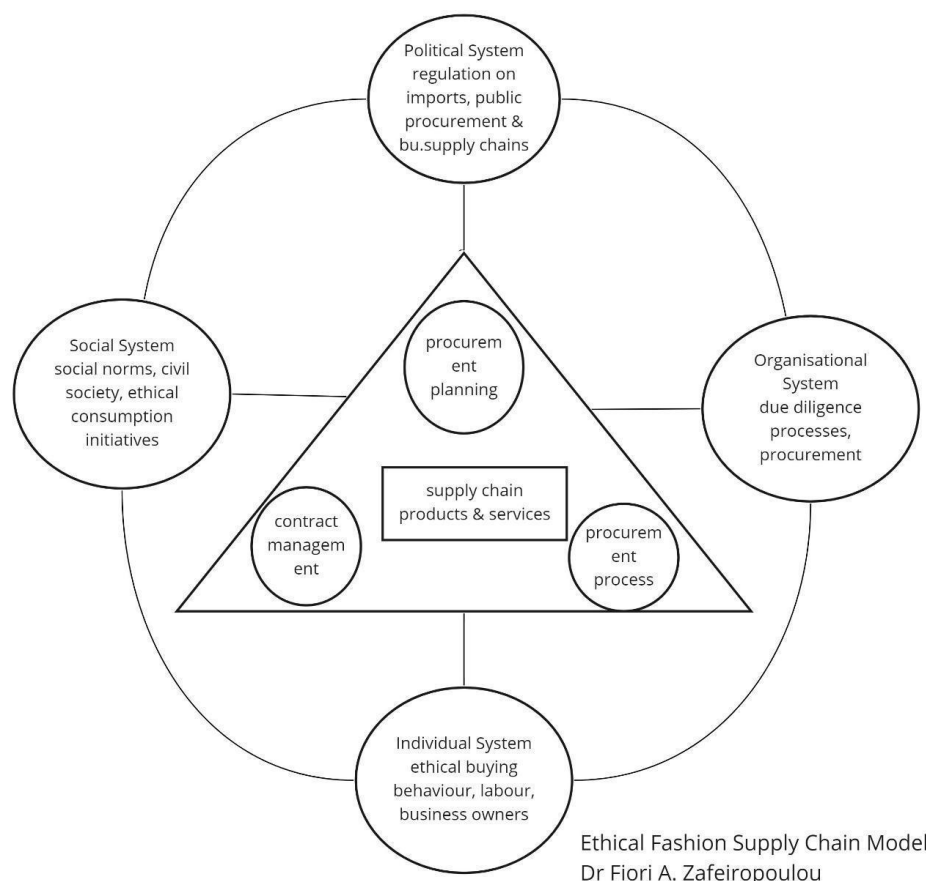
řetězce módních podniků. Výsledky studie byly použity k vytvoření oblastí znalostí pro vzdělávací školicí program pro činnosti v oblasti zadávání veřejných zakázek a řízení dodavatelských řetězců, jakož i koncepčního rámce, na jehož základě byl navržen program Manažer transparentnosti v módním průmyslu. Výsledky studie byly dále operacionalizovány prostřednictvím návrhu Dotazníku pro explorativní primární výzkum s cílem shromáždit primární údaje od aktérů v odvětví zaměřených na pracovníky v oblasti zadávání veřejných zakázek a dodavatelského řetězce v soukromých společnostech v Evropě.



3. Koncepční rámec

3.1. Konceptní rámec

Obrázek 1: Model dodavatelského řetězce udržitelné a etické módy



3.2. Oblasti znalostí

Potřeby a výzvy TM	Úkoly TM	Dovednosti a kompetence TM	Oblasti znalostí
Znalost klíčových globálních trendů a jejich dopadu na dodavatele/klienty.	Identifikace klíčových rizik a kontrol, doporučování zdokonalených kontrol, provádění projektů připravenosti kontrol a identifikace a hodnocení konfigurace kontrol v podnikových procesech souvisejících s výkaznictvím, jakož i v infrastrukturách IT, bezpečnosti, řízení změn a provozu.	Rizika, procesy a kontroly v oblasti finančního výkaznictví a informačních technologií	Základní znalosti v oblasti obchodní administrativy/managementu, zásobování a logistiky, módy Příslušné odborné znalosti
Rizika, procesy a kontrolní mechanismy týkající se finančního výkaznictví a výkaznictví v oblasti veřejných zakázek	Řízení a vedení zaměstnanců při provádění hodnocení kontrol, zabezpečení a provádění auditních postupů.	Měření dopadu hodnotového řetězce pomocí FTindexu	Sledovatelnost atransparentnost
	Zjednodušení složitých procesů dodavatelského řetězce	Schopnost zjednodušit složité procesy dodavatelského řetězce	
	přispívat k neustálému zlepšování služeb		Kontrola kvality / audit + řízení změn
spotřeba energie	vedení vývoje a implementace systematického přístupu		
Ekologie	Chránit před nebezpečnými chemikáliemi, před kontaminací planety, před narušováním klimatu při výrobě nebo zemědělství.		
	chránit práva zvířat		



	zpřístupnění informací veřejnosti s cílem podpořit transparentnost a odpovědnost.		
Na cestě k udržitelným globálním hodnotovým řetězcům	Vytváření udržitelných obchodních partnerství a sítí, sdílení odpovědnosti		
vztahy s odbory	jak společnost zajišťuje, aby byly zachyceny a řešeny stížnosti zaměstnanců a pracovníků v oblasti lidských práv a životního prostředí.	externí a interní komunikace o transformaci, vzdělávání, ovlivňování.	
Globální vs. místní produkce	Vedení školení a poradenství pro interní úředníky a členy dodavatelů ve složitějších případech.	informovat spotřebitele a veřejnost o tom, co děláte.	
	Udržování povědomí o protokolu/politice rovnosti a rozmanitosti a snaha o vytvoření a udržení bezpečného a příznivého prostředí, kde se ke všem lidem a jejich práci přistupuje důstojně, spravedlivě a s respektem.	Znalost etického kodexu firmy a obchodního chování.	Znalost etického kodexu firmy a obchodního chování.
	dodržovat příslušné kodexy praxe, včetně kodexu chování a zásad týkajících se zdraví a bezpečnosti.	Silné vlastnictví a rozhodování	
	Životní minimum		
	Rovnost žen a mužů, rasová rovnost, rovné příležitosti, rovné odměňování		Obecné zásady OSN pro podnikání a lidská práva jako rámec pro opatření v globálních dodavatelských řetězcích textilu
získávání udržitelných a recyklovaných materiálů a odpovědnost za konec	Udržitelná móda: Od výroby k alternativní spotřebě	oběhové iniciativy	



životnosti, zpětný odběr od spotřebitelů.			
nakládání s odpady	Nové obchodní a správní přístupy k udržitelné módě: Učíme se od odborníků		

- Potřeby a výzvy TM:** Znalost klíčových globálních trendů a jejich dopadu na dodavatele/klienty.

Úkoly: Identifikace klíčových rizik a kontrolních mechanismů, doporučení zdokonalených kontrolních mechanismů, provádění projektů připravenosti ke kontrole a identifikace a hodnocení konfigurace kontrolních mechanismů v obchodních procesech souvisejících s výkaznictvím a v IT infrastruktuře, bezpečnosti, řízení změn, provozu.

Dovednosti a kompetence: Finanční výkaznictví a rizika, procesy a kontroly v oblasti informačních technologií.

Oblast znalostí: Základní znalosti v oblasti podnikové administrativy/managementu, nákupu a logistiky, módy Příslušné odborné znalosti.

Modul: Modul: Vývoj a zavádění postupů transparentnosti v oblasti módy: Modul: Rozvoj a zavádění postupů transparentnosti, včetně využívání nástrojů, jako jsou audity, certifikace a systémy sledovatelnosti.
- Potřeby a výzvy TM:** Rizika, procesy a kontrolní mechanismy týkající se finančního výkaznictví a výkaznictví v oblasti veřejných zakázek.

Úkoly: Řízení a školení zaměstnanců při provádění hodnocení kontrol, zabezpečení a provádění auditních postupů. Zjednodušení složitých procesů dodavatelského řetězce. Přispívat k neustálému zlepšování služeb.

Dovednosti a kompetence: Měření dopadu hodnotového řetězce pomocí indexu FTindex. Schopnost zjednodušovat složité procesy dodavatelského řetězce.

Oblasti znalostí: Sledovatelnost a transparentnost, kontrola kvality / audit + řízení změn.

Potřeby a výzvy TM: spotřeba energie, ekologie.

Úkoly: vedení vývoje a implementace systematického přístupu, Ochrana před nebezpečnými chemickými látkami, před znečišťováním planety, před narušováním klimatu z výroby nebo zemědělství, ochrana práv zvířat.

Dva moduly: Správa dat pro transparentnost dodavatelského řetězce v oblasti módy: Moduly: Naučte se shromažďovat, analyzovat a vykazovat data a informace týkající se transparentnosti dodavatelského řetězce, včetně metrik udržitelnosti a ukazatelů výkonnosti. **Průběžné zlepšování transparentnosti a udržitelnosti v oblasti módy:** Zkušenosti: Vývoj procesu neustálého zlepšování transparentnosti a udržitelnosti dodavatelského řetězce, včetně stanovení cílů a měření pokroku.



3. **Potřeby a výzvy TM:** směrem k udržitelným globálním hodnotovým řetězcům, vztahy s odbory, globální vs. místní výroba.
Úkoly: zpřístupňování informací veřejnosti na podporu transparentnosti a odpovědnosti, vytváření udržitelných obchodních partnerství a sítí, sdílení odpovědnosti, jak společnost zajišťuje, aby byly zachyceny a řešeny stížnosti zaměstnanců a pracovníků v oblasti lidských práv a životního prostředí, vedení školení a poradenství pro interní pracovníky a členy dodavatelů ve složitějších případech.
Dovednosti a kompetence: externí a interní komunikace o transformaci, vzdělávání, ovlivňování, sdělování toho, co děláte, svým spotřebitelům a veřejnosti.
Dva moduly: Transparentní komunikace v módním průmyslu: Pochopení, jak efektivně komunikovat snahy o transparentnost interním a externím zainteresovaným stranám, včetně zákazníků, investorů a nevládních organizací. **Spolupráce a vytváření sítí:**
Budování vztahů pro transparentnost v módním průmyslu: Budování vztahů a navazování kontaktů s dalšími organizacemi a průmyslovými skupinami za účelem sdílení znalostí a osvědčených postupů.
4. **Úkoly:** Úkoly: Udržovat povědomí o protokolu/politice rovnosti a rozmanitosti a pracovat na vytváření a udržování bezpečného a příznivého prostředí, kde se se všemi lidmi a jejich prací zachází důstojně, spravedlivě a s respektem. Dodržování příslušných kodexů praxe, včetně kodexu chování a zásad týkajících se zdraví a bezpečnosti. Životní minimum, rovnost žen a mužů, rasová rovnost, rovné příležitosti, rovné odměňování.
Dovednosti a kompetence: Znalost etického kodexu firmy a obchodního chování, Silná samostatnost a rozhodování. Oblasti znalostí: Znalost etického kodexu firmy a obchodního chování, Obecných zásad OSN pro podnikání a lidská práva jako rámce pro opatření v globálních dodavatelských řetězcích textilu.
Dva moduly: Úvod do transparentnosti dodavatelského řetězce v oblasti módy: Pochopení významu transparentnosti v módním průmyslu, včetně přínosů pro firmy, spotřebitele a životní prostředí. **Rizika a výzvy spojené s transparentností dodavatelského řetězce v oblasti módy:** V rámci tohoto semináře se seznámíte s riziky a výzvami spojenými s transparentností dodavatelského řetězce, jako je porušování lidských práv a dopady na životní prostředí. Pochopení právních a regulačních trendů a případných požadavků souvisejících s transparentností dodavatelského řetězce.
5. **Potřeby a výzvy TM:** získávání udržitelných a recyklovaných materiálů a odpovědnost za konec životnosti, zpětný odběr od spotřebitelů, nakládání s odpady, cirkulární móda, udržitelné obaly, použité suroviny, regenerativní zemědělství a výroba.
Úkoly: Udržitelná móda: Od výroby k alternativní spotřebě, Nové obchodní a správní přístupy k udržitelné módě: Učení od odborníků.
Dovednosti a kompetence: oběhové iniciativy.



Tři moduly: Pochopení dodavatelského řetězce v oblasti módy: Znalost dodavatelského řetězce v oblasti módy: historie a geografie, různé typy a jeho dopad na naši planetu. Inovace dodavatelského řetězce: Udržujte si přehled o nových technologiích a trendech v řízení dodavatelského řetězce. **Fáze 1 a 2 dodavatelského řetězce v oblasti módy:** Seznámení s různými fázemi dodavatelského řetězce v oblasti módy, včetně surovin a jejich získávání. **Fáze 3 a 4 dodavatelského řetězce v oblasti módy:** Seznámení s různými fázemi dodavatelského řetězce v oblasti módy, včetně výroby a distribuce.

4. Metodický přístup

4.1. Úvod

Kvalitativní výzkum se vyznačuje čtyřmi hlavními charakteristikami, na které jsme se zaměřili prostřednictvím našeho výzkumného designu: kontrola, replikace, operační definice a testování hypotéz. Kontrola spočívá v tom, že prostřednictvím našich pozorování zjišťujeme, jaké jsou příčiny našich vysvětlení. Snažíme se přijít na příčinu vzniku transparentních dodavatelských řetězců a chování manažerů/úředníků v tomto kontextu. Naše zkoumání jsme zahájili položením řady výzkumných otázek "jak, co, proč" a prostřednictvím prvních případových studií a rozhovorů s účastníky se tyto otázky eliminovaly a zúžily na konkrétní témata. Za druhé jsme se zabývali otázkou replikovatelnosti. Ačkoli různí výzkumníci považují replikaci studií za důležitou nebo nedůležitou; další replikace studie je další dílčí pravdou přidanou k výzkumu (Horseborough, 2003). Zatřetí, operační definici lze definovat jako prvky, které vyžadují soubor postupů k měření těchto prvků. Zvážíli jsme následující prvky a jasně je popsali v našem vyprávění: jaký je účel studie prostřednictvím narativních dat; induktivní přístup; tvorba výzkumných propozic; omezený přehled literatury před zjištěním; naturalistické prostředí; náš výběr vzorku byl účelový, zaměřený na hloubkové porozumění; měření bylo prostřednictvím vyprávění; náš výzkumný design byl flexibilní a minimálně rušivý; sběr dat prostřednictvím neformálních rozhovorů a sběru dokumentů; analýza dat prostřednictvím analytické indukce toho, co bylo řečeno v rozhovorech; konečně interpretace dat je spekulativní a průběžně zkoumaná (Morgan, 2007). Zdrojem naší empirické studie byla primární i sekundární data: primární data byla získána z rozhovorů, pozorování, konverzace a dotazníků, které si sami vyplnili. Zatímco sekundární data pocházela z mnoha zdrojů a v mnoha formách, většinou z EU a řeckých ústředních a místních orgánů v podobě zpráv, výzkumů, právních předpisů, hodnotících zpráv, strategických zpráv, konkrétních programů, nabídek veřejných zakázek, organizačních zpráv našich případových společností, webových stránek a dalších.

Většina výzkumníků v oblasti obchodních a manažerských studií použila přístupy smíšených metod; jejich metodika naznačuje, že data byla shromažďována ve více kolech sběru dat a z různých zdrojů: zúčastněné pozorování, vyhledávání archivních dat, hloubkové rozhovory a případové studie. Smíšený metodický design umožňuje, aby se každá metodika zaměřila na různé pohledy na cíl studie, a zabývala se tak různými dotazy. Jak lze tvrdit, jeden z rozdílů mezi realismem a pragmatismem spočívá v tom, že první hledá zdůvodnění, proč jsou věci takové, jaké jsou, zatímco druhý přijímá věci takové, jaké jsou, a zkoumá je. Použití kombinace metod pomáhá tím, že zajišťuje, aby slabiny a slepá místa jednoho přístupu byly kompenzovány silnými stránkami jednoho nebo více jiných přístupů (Saunders et al, 2009). Důvěra v závěry je vyšší, pokud různé přístupy přinesly podobné výsledky. Použití našeho smíšeného výzkumného designu je pragmatičtější přístupem v závislosti na zkoumaném problému, našich schopnostech, preferencích a dostupných zdrojích (Curran a Blackburn,

2001). Epistemologický a metodologický pluralismus je pro mnoho výzkumníků v oblasti malých podniků řešením debaty mezi dvěma výzkumnými paradigmaty. Nejde o pouhé hrubé míchání dvou, naopak konstruovat interpretace a vysvětlení, které kombinují výsledky obou paradigmat, je obtížnější než při použití jediného paradigmatu. Navrhujeme použít kvalitativní metody ke zkoumání významu a poté potvrdit nebo ověřit zjištění kvantitativní studií (Crotty, 1998; Curran a Blackburn, 2001; Saunders et al, 2009).

4.2. Provádění kvalitativního výzkumu

Rozhovory jsou efektivnější při získávání vztahových dat, protože pomáhají navázat důvěru (Sloane a O'Reilly, 2013). Rozhovory v průběhu období nabývaly na důrazu a hloubce díky interaktivní a kumulativní povaze terénního výzkumu.

V průběhu celé fáze rozhovoru jsme používali srovnávací strategii, abychom mohli porovnávat jednotlivé informátory a identifikovat zásadní body synergie nebo kontrastu. V průběhu procesu jsme upřesňovali vznikající témata a žádali respondenty, aby se k těmto novým tématům vyjádřili. Otázky, které jsme kladli, se tedy v průběhu času vyvíjely podle protokolu, který vznikl souběžně s výzkumným projektem. Využití externích účastníků, kteří byli požádáni, aby uvedli, co vědí o konkrétních podnicích a postupech a efektivitě sítí, a aby nás odkázali na další podnikatele, zmírnilo potenciální zaujatost respondentů a umožnilo nám vyvodit z dat větší význam. Abychom se vyhnuli zkreslení, zajistili jsme také anonymitu a to, že použití těchto údajů je výhradně pro akademické účely. Souběžně s tím jsme shromažďovali různé typy sekundárních dat, jako jsou online zprávy, strategické plány úřadů, výzkumné zprávy a hodnotící studie, historické zprávy, právní a politické dokumenty. To nám poskytlo tištěné materiály o intervencích a politikách v institucionálním kontextu. Triangulace tak byla provedena za účelem přisouzení spolehlivosti našim údajům a ověření našich zjištění (Yin, 2008). Postup, který jsme při provádění naší empirické studie sledovali a který je znám jako analytická indukce, je uveden také v podobných výzkumných studiích (Battilana a Dorado, 2010; Mair, Battilana a Cardens 2012; Sharir a Lerner, 2006).

Vytvořili jsme výzkumný protokol a šablonu pro přístup k případům (viz příloha I).

Na základě operacionalizace Indexu transparentnosti v oblasti módy jsme pak vytvořili dotazník pro rozhovory.

4.3. Metodologie kvantitativního výzkumu

Podle protokolu "šitého na míru" (Dillman, 1978, 2007) jsme vytvořili dotazník pro vlastní potřebu (viz příloha A) (Tomaskovic-Devey et al, 1994). Při tvorbě otázek jsme se zabývali otázkami hledaných informací, strukturou otázek a jejich formulací (Jankowicz, 2000).

Zahrnuli jsme především uzavřené otázky s uspořádanými možnostmi, které umožňovaly volbu otevřených odpovědí, a v závěrečné části jsme přidali několik otevřených otázek, na které odpovědělo jen několik respondentů (viz příloha s úplným zněním dotazníku). Vždy jsme nabízeli podobnou možnost volby "jiné, nevím". V souladu s existujícími výzkumy sociálních norem a aliancí jsme použili pětibodové Likertovy škály (Brown et al, 2000; Dong-Jin, 1997; Kaufmann a Dant, 1992; Mavondo a Rodrigo, 2001; Mollering, 2003; Morgan a Hunt, 1994; Rotter, 1967; Whipple a Gentry, 2000). Použili jsme jak behaviorálně zakotvenou hodnotící škálu (BARS) - proměnná je hodnocena na škále s jasně definovanými body obsahujícími příklady konkrétního chování -, tak škálu pozorování chování (BOS) - proměnná je hodnocena z hlediska četnosti, s jakou je konkrétní chování prováděno (DeCotiis, 1977).

Abychom získali validitu, vytvořili jsme operacionalizaci na základě předchozích výzkumných studií (Dubin, 1978) prostřednictvím adaptace škál nebo přímou aplikací; taková byla i praxe předchozích výzkumů (Mavondo a Rodrigo, 2001). Vzhledem k tomu, že naše studie byla pilotní, použili jsme různé vícepoložkové škály pro stejné proměnné, abychom ověřili jejich významnost. Aby bylo možné ověřit, do jaké míry je konceptuální model empiricky platný, je třeba provést dotazníková šetření tak, aby bylo možné určit jeho přesnost. Byly zahrnuty také kontrolní proměnné (Gulati, 1995b)

4.4. Výzkumný protokol a pokyny pro přístup k případům

Vzhledem k tomu, že ne každý partner může mít zkušenosti s vědeckými výzkumnými metodami, připravili jsme otázky, které by nám všem měly pomoci získat podrobné informace, které použijeme při popisu "osvědčených postupů".

Partneři povedou rozhovory s minimálně 10 organizacemi vybranými z 10 krátkých případů.

Pro výběr organizací a respondentů v rámci organizací si prostudujte kapitolu 5. Plán výběru vzorku.

Vyhledávání strážců. Získat přístup k firmám není snadné, možná budete muset nejprve kontaktovat oddělení CSR nebo PR těchto firem. Možná budete muset využít také reference na tyto společnosti.

Doporučujeme rozhovor nahrávat - citace budou nezbytné v národní zprávě.

Jak získat primární údaje:

- Osobní pohovory Domluvte si prosím schůzku se zástupci organizace Délka pohovoru 1 až 2 hodiny.
- Pozorování, jeden den pozorování organizace
- Shromážděte fotografie a videa z vašeho případu organizace
- Sekundární data, shromážděte a analyzujte sekundární data z vašich případových organizací, jako jsou webové stránky, organizační zprávy, další údaje.

Zpráva by měla být dodána prostřednictvím sdílených dotazníků.

4.5. Operacionalizace proměnných

Náš dotazník byl sestaven především na základě operacionalizace našich proměnných, kterými jsou již identifikované podnikatelské dovednosti. Tyto dovednosti byly operacionalizovány pomocí existujících škál z literatury. Rozhodli jsme se použít tříbodové škály typu Likert, abychom měli robustnější výsledky s možností čtvrté volby NA, kterou jsme neměřili, a..

Další otázky, které jsme chtěli prozkoumat, jako jsou problémy, kterým čelí podnikatelé v oblasti módy; překážky při zaměstnávání osob ze znevýhodněných skupin; preferované metody školení a další, byly navrženy pomocí formátů žebříčků. Budou použity pro popisnou analýzu a nebudou zahrnuty do žádné regresní a korelační analýzy.

4.6. Sestavení dotazníku

Dalšími otázkami podle "metody šité na míru" (1978, 2007), které jsme zvažovali při sestavování našeho dotazníku, byly:

Formulace otázek; otázky jsme formulovali tak, aby byly jednotně srozumitelné; nebyly vágní; aby nedocházelo k předpojatosti; abychom se vyhnuli hypotetickým otázkám; dvojím otázkám nebo příliš náročným otázkám (Rotter, 1967). Používali jsme Pokyny a označení v různých barvách. S odkazem na překlad jsme použili pouze angličtinu. Jak upozorňuje Dillman (1978), celkový efekt dotazníku je velmi důležitý, protože zvyšuje motivaci respondentů. Použití platformy Survey monkey nám pomohlo vytvořit dotazníky vstřícné k respondentům (Dillman, 2007; Robson, 2002), snadno vyplnitelné, s jednoduchým designem a strukturované tak, aby maximalizovaly spolupráci. Doporučuje se také používat barevné stránky, různé barvy pro instrukce. Přední strana měla pouze náš průvodní dopis. Na první otázky bylo snadné odpovědět, na první místo jsme také dali ty nejdůležitější a nejužitečnější. Složitější otázky jsme dali doprostřed. Také jsme seskupili otázky, které jsou si obsahově podobné. Pak je seskupujeme podle formátů odpovědí, vytváříme také pocit

logického toku a návaznosti dotazníku. Demografické otázky jsme umístili na konec. Zařadili jsme přechody k dalším oddílům.

Zvažovala se také otázka poskytování "sociální výměny" prostřednictvím odměn, aby se respondenti vyhnuli nákladům a budování důvěry. Jako hmatatelnou odměnu jsme respondentům poskytli bezplatný sponzorský příspěvek na účast na našich školeních. Vyjádřili jsme jim také jejich význam pro výzkum tím, že jsou součástí pečlivě vybraného vzorku; pomocí personalizačních technik, které umožňuje online platforma; vyjádřili jsme jim slovní uznání a požádali je o názor; zdůraznili jsme společenskou užitečnost studií; nakonec jsme jim nabídli další hmatatelné odměny tím, že jsme jim nabídli možnost vybrat si, zda chtějí obdržet výsledky. Při budování důvěry jsme poskytli logo Evropské komise.

Předběžné testování

Provedli jsme předběžné testování pro akademiky a výzkumné pracovníky z různých oborů, včetně psychologie, ekonomie, obchodu a módy. Zapojili jsme také odborníky z módní praxe. Byly vzneseny některé velmi důležité připomínky, které byly všechny zapracovány, například změna formulací a žargonu. Jak již bylo řečeno, na otevřené otázky se odpovídalo jen zřídka, ale toto omezení bylo odstraněno prostřednictvím našeho kvalitativního výzkumu tváří v tvář.



5. Návrh výběru vzorků

5.1. Úvod

V kvalitativním výzkumu jsme použili techniku záměrného výběru vzorku. Snažíme se tedy o bohatost našich dat, a proto je vzorek rekrutován cíleně (účelový výběr), nikoliv náhodně, což bylo cílem tohoto kvalitativního výzkumu (Teddlie a Tashakkori, 2006). Důvodem bylo, aby bylo možné vést rozhovory s konkrétními podnikateli. Prostřednictvím techniky výběru klíčových informátorů jsme se zaměřili na naše jednotky. Při výběru respondentů v rámci výběrových jednotek v kvantitativním i kvalitativním výzkumu jsme se prostřednictvím techniky výběru klíčových informátorů cíleně zaměřili na zakladatele a spoluzakladatele podniků, projektanty a spolupracovníky, zaměstnance a manažery; protože tito lidé mají nejhlubší znalosti o problematice, kterou zkoumáme. Problémy s nepravděpodobnostním výběrem jsou následující: zjištění lze zobecnit pouze na populaci, z níž byl vzorek vybrán, zjištění mohou být specifická pro charakteristiky populace, zjištění mohou být specifická pro danou lokalitu a zjištění mohou být časově specifická. Zdroje chyb v technikách průzkumu jsou: chyba výběru vzorku, chyba související s výběrem vzorku, chyba sběru dat a chyba zpracování dat. Existuje také chyba výběrového rámce, chyba náhodného výběru a chyba neodpovědi. Všemi těmito chybami jsme se zabývali v předchozí části věnované chybám a omezením.

S využitím různých online zdrojů a rozhovorů s klíčovými zúčastněnými stranami v oblasti udržitelné módy jsme v každé z pěti zemí vyhledali 10 případů. Normy pro teoretický výběr vzorků (Glaser & Strauss 1967) nás vedly k výběru dvou případů z každé země, což vedlo k celkovému počtu 50 případů, které vykazovaly různorodost typu aktivit a cílových skupin. V každém podniku jsme provedli minimálně jeden rozhovor s pracovníky veřejných zakázek. Rozhovory byly vedeny prostřednictvím dotazníků v angličtině, které si sami vyplnili. Jako součást rámce a doplněk k průzkumu byl určen soubor případových studií s cílem získat hlubší vhled do procesů spoluvytváření a spolupráce v rámci procesů řízení dodavatelského řetězce v oblasti módy.

Kritéria pro výběr případových studií byla taková, že musely obsahovat všechny níže uvedené prvky, aby bylo možné vybrat ty organizace, které představují osvědčené postupy a mají tyto prvky:

- zavedený proces hloubkové kontroly pro řízení svých partnerů v dodavatelském řetězci nebo/i subdodavatelů nebo/i zadávání veřejných zakázek.
- organizace působící v módním průmyslu (značky, návrháři, maloobchodníci, e-shopy) nebo jiné velké maloobchodníky podobného charakteru v oblasti nábytku, domácích potřeb, kosmetiky.



- Zde je seznam 250 maloobchodních prodejců, kteří dosáhli vysokého skóre v indexu FTI zveřejněném 14. července 2022
<https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/> společnosti, které dosáhly vysokého skóre, budou mít větší zájem o účast v tomto výzkumu.
- UJISTĚTE SE, že jste si vybrali společnosti a respondenty/oslovené osoby, které mají informace potřebné k získání věrohodných, spolehlivých a zobecnitelných odpovědí. V opačném případě riskujeme, že shromáždíme nekvalitní údaje s nevalnou vypovídací hodnotou a vytvoříme tak vzdělávací materiál s nízkou vypovídací hodnotou.
- Pokud nemůžete dosáhnout počtu 10 případů, obraťte se na nás, abychom vás podpořili. Při sběru dat můžete překročit hranice svého města, regionu a země. Můžete dokonce shromažďovat údaje od mezinárodní společnosti mimo EU, pokud se jedná o nejlepší příklad.

Byla vypracována šablona pro první rozhovor s vybranými případovými studiemi a navržen výzkumný protokol, který připomněl postup a události, k nimž došlo během rozhovorů se zúčastněnými stranami z vybraných případových studií.

Výběr respondentů v organizaci. Vyberte prosím lidi z případové společnosti, kteří mají znalosti, které nám pomohou odpovědět na naše výzkumné otázky. existují:

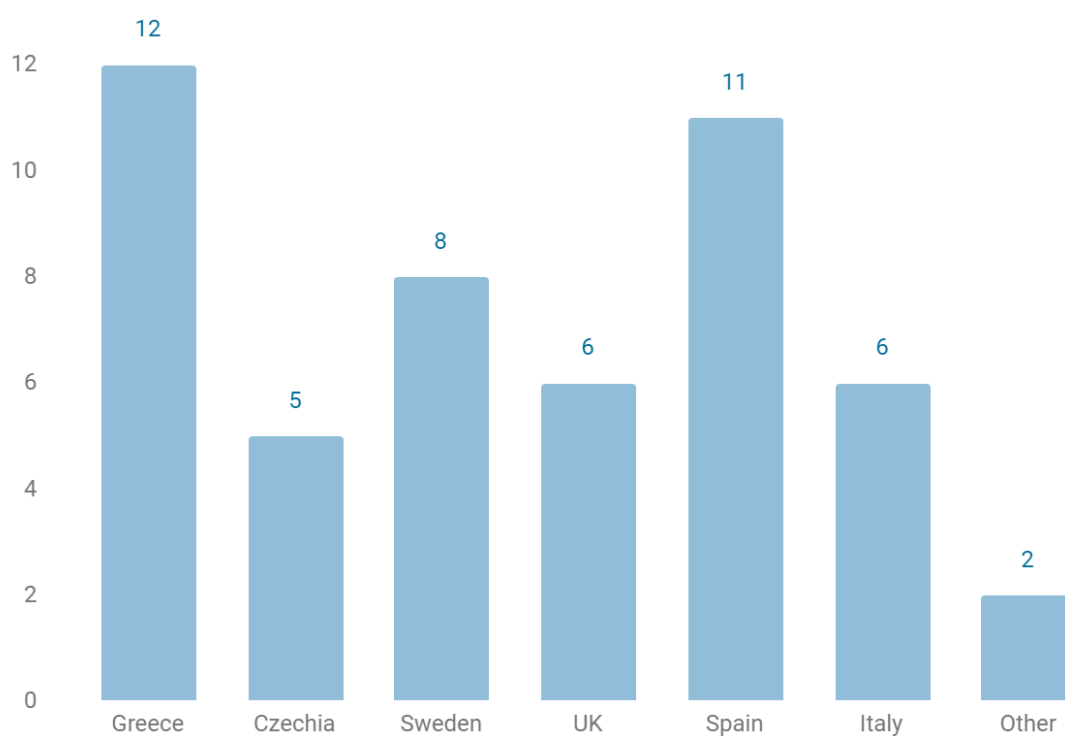
- úředníci pro zadávání veřejných zakázek
- úředníci pro řízení dodavatelského řetězce
- kupující

Kromě uvedení místa, data, tazatele, tazatele a toho, zda proběhlo nahrávání, byl tazatel v protokolu požádán, aby popsal průběh rozhovoru pomocí následujících aspektů:

- Atmosféra rozhovoru: Lokalita, sentiment, chování dotazovaného
- Duševní stav: Tazatele, tazatele
- Rapport: Vztah mezi komunikujícími
- Průběh rozhovoru: Dynamika vývoje celého rozhovoru
- Interakce: Specifické jevy mezi komunikujícími
- Speciální funkce: Obecné povahy
- Pozoruhodná témata: Ignorovaná nebo zvýrazněná témata související s výzkumnými otázkami i mimo ně
- Interference: Během rozhovoru

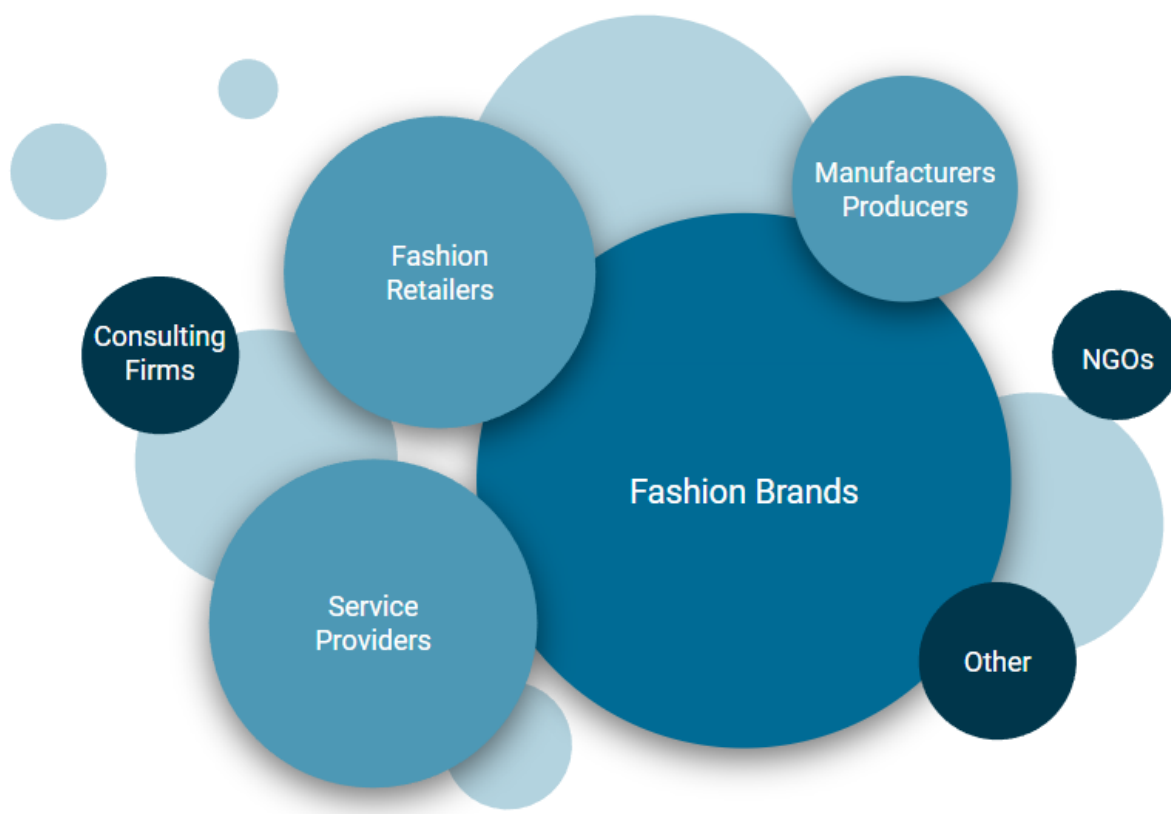
5.2. Geografické zastoupení

Každá partnerská organizace využila svých kontaktů a sítí v módním odvětví, od malých a středních podniků až po velké společnosti, a vytvořila seznam potenciálních společností a jednotlivců, s nimiž vedla rozhovory. Respondenti byli vybráni ze všech partnerských zemí a dalších zemí, kde jsou partneři přítomni.



5.3. Typ organizace

Aby partneři pochopili širší problémy, které se týkají celého odvětví, konzultovali širokou škálu organizací v módním průmyslu.





6. Diskuse a analýza primárních údajů

6.1. Úvod

Analýza dat probíhala postupně, což nám pomohlo vracet se zpět a vyhnout se předčasnému analytickému zkreslení.

Nejprve jsme v první fázi předložili narativní popis našich zjištění, a to tak, že jsme suroviny seřadili podle jednotlivých sociálních jednotek, součástí byly i citace. Abychom doložili naše porozumění, ověřili jsme si výpovědi u řešitelů ze skupiny názorových vůdců. K podpoře a vyvážení těchto zjištění jsme použili údaje z těchto skupin a z archivní analýzy. Na začátku jsme se snažili identifikovat vzorce počítáním četnosti slov a frází v souborech dat, abychom zjistili případné opakující se myšlenky a témata.

Ve druhé fázi jsme identifikovali témata a kódovali je. Pomocí obsahové analýzy jsme vytvořili kategorie (proměnné) našich konstruktů, nepoužili jsme žádnou existující kategorizaci z jiných výzkumů, čímž jsme umožnili, aby se kategorie vynořily z našich dat; tento induktivní přístup otevřeného kódování je vhodný pro budování teorie; tyto kódy se nazývají kódy prvního řádu (Battilana a Dorado, 2010; Mair, Battilana a Cardens, 2012; Sharir a Lerner, 2006). Tyto kódy se zabývají ukládáním, označováním a vyhledáváním dat. Zobrazení dat jsme si usnadnili pomocí grafů, diagramů a nákrešů. Kategorie, které jsme zobrazovali, se skládají z dat, kódovaných dat a revidovaných kódů. Naše kódovací schéma sestavilo mapu. Naše schéma zahrnovalo kategorizaci různých sfér, které se objevily, což byly formální instituce, sociální instituce, organizační kontext a individuální kontext. Zahrnovalo popisy, označení pomocí vlastních slov dotazovaných a vztahy. Při konstrukci kódů jsme si kladli otázky, které jsme zmínili výše.

V první fázi byly vytvořeny kódy pro jednotlivé kategorie profilu, kategorie modelu sociální inovace, kategorie intervencí formálních institucí a kategorie zakotvenosti v síti. Zajímalo nás, kde se tyto kategorie protínají a jaké vazby se vytvářejí mezi jednotlivými sférami, v nichž aktéři interagují. Ve třetí fázi jsme pak pokračovali ve sběru dat a porovnávali je s existujícími kódy a kategoriemi, abychom zjistili podobnosti a kontrasty, vztahy a vzorce. Veškeré nové kódy, které se objevily, jsme seskupili kolem sfér, které jsme identifikovali. Kódy byly seskupeny do širších kódů nebo přeformulovány. Kódy jsme přezkoumali a zařadili do širších kódů (s použitím slov od respondentů), a pokud se nám kódy zdály podobné, seskupili jsme je pod jeden kódovací název. Tento proces se nazývá axiální kódování (Mair, Marti a Ventresca, 2012; Pratt, Rockmann a Kaufmann, 2006). Používání tabulek a matic k porovnávání vzorců napříč případy je běžnou metodou používanou při kvalitativní analýze dat (Alvord et al, 2004). V pozdější fázi jsme přešli k existující teorii, abychom porovnali objevující se témata našich zjištění s jinými výzkumnými zjištěními.

V závěrečné fázi jsme tato upřesněná témata a vztahy potvrdili širším souborem dat, která jsme získali prostřednictvím všech výzkumných metod. Výsledky tohoto procesu jsou prezentovány ve formulaci propozic; skutečnost, že tyto propozice jsou společné pro všechny případy, posiluje jejich věrohodnost (Alvord et al, 2004). Obsahová analýza byla provedena na sekundárních datech a zprávách, které jsme shromáždili prostřednictvím archivní výzkumné metody, srovnání bylo provedeno s primárními daty a jinými studiemi (Sharir a Lerner, 2006).

Kódování na první úrovni proběhlo na úrovni jednotlivých zemí, druhá úroveň a kategorie pak vyplynuly z agregované analýzy, kterou provedla společnost WLY & Fashion Revolution Czech Republic.

6.2. Analýza odpovědí

Naše metodika analýzy údajů získaných od 50 organizací v módním průmyslu se zaměřila na komplexní přehled odpovědí. Tento proces zahrnoval několik klíčových kroků:

6.2.1. Přehled dotazníků/rozhovorů

Nejprve jsme pečlivě prošli rozhovory, které jsme vedli, a dotazníky, které nám předložily zúčastněné organizace. Tyto dotazníky obsahovaly jak hodnotící, tak otevřené otázky. Dotazníky jsou připojeny jako přílohy na konci této zprávy.

6.2.2. Analýza hodnotících otázek

U otázek založených na hodnocení jsme provedli hloubkové posouzení odpovědí. Tato analýza zahrnovala shrnutí počtu odpovědí spadajících do různých kategorií hodnocení. V příslušných případech jsme tuto kvantitativní analýzu doplnili vlastními kvalitativními poznatky, abychom poskytli bohatší pochopení výsledků.

6.2.3. Zkoumání otázek s otevřeným koncem

Otevřené otázky byly komplexně analyzovány. Provedli jsme důkladný přezkum všech poskytnutých odpovědí s cílem identifikovat společné rysy a vzorce v rámci odpovědí. Tento proces nám umožnil získat klíčové poznatky pro každou otevřenou otázku. V některých případech se o konkrétních bodech zmínila pouze jedna organizace, nicméně jsme měli pocit, že se stále jedná o relevantní problém, se kterým by se potenciálně mohlo potýkat širší spektrum organizací.

6.2.4. Syntéza závěrů

Po analýze všech otázek a odpovědí jsme souhrnná zjištění shrnuli do celkových závěrů týkajících se tohoto výzkumu. Tyto závěry poskytly ucelený přehled o stavu udržitelnosti, transparentnosti dodavatelského řetězce a společenské odpovědnosti v módním průmyslu.

Je nutné si uvědomit, že vzorek tohoto dotazníku byl poměrně malý, tvořily ho odpovědi od 50 organizací. V důsledku toho nemusí být poznatky získané z tohoto vzorku zcela reprezentativní pro celé spektrum módních organizací. Pro získání komplexnějšího porozumění běžným vzorcům a postupům v rámci odvětví by větší a rozmanitější vzorek značek a organizací usnadnil přesnější posouzení převládajících trendů a problémů v módním průmyslu.

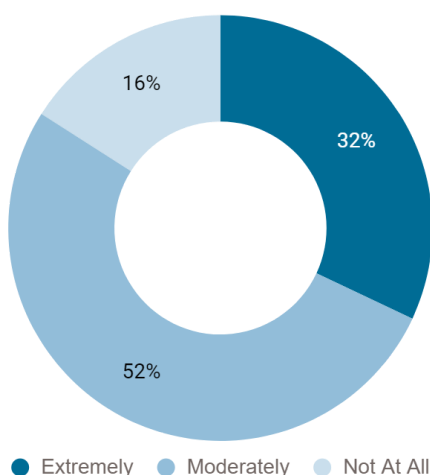
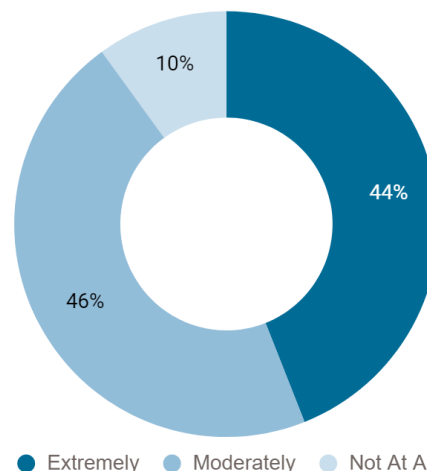
6.3. Omezení a výzvy

Partneři se potýkali s obtížemi při získávání odborníků z velkých organizací a obecně chyběl přístup k pracovníkům dodavatelského řetězce nebo nákupu. Existují protokoly, podle nichž jednotliví zaměstnanci nemohou na takové rozhovory reagovat. Určení mluvčí potřebují před zveřejněním citlivých informací o svých postupech v oblasti řízení dodavatelského řetězce autorizaci. A orgány v organizaci se zdráhají podporovat aktivity, které by mohly poškodit jejich pověst při zveřejňování interních postupů. Ve většině případů můžeme pouze studovat veškeré veřejně dostupné zdroje o uvedené společnosti a jejich politikách a výzvách, ale je velmi obtížné s nimi vést rozhovory.

Menší společnosti možná nemají zavedeny stejné postupy a mohly by se na nás obrátit, ale jsou velmi vytížené a mají omezené zdroje. Mají také omezený dohled nad případnými partnerskými nebo dodavatelskými procesy a postupy.

Q1. Do jaké míry vaše organizace kontroluje ochranu lidských práv a životního prostředí v prostorách svých dodavatelů a prodejců v celém dodavatelském řetězci?

Značná část organizací vykazuje vysokou úroveň kontroly a upřednostňuje ochranu lidských práv a životního prostředí v celém dodavatelském řetězci. Velká část organizací má však stále co zlepšovat, pokud jde o zvyšování svého úsilí v této oblasti.

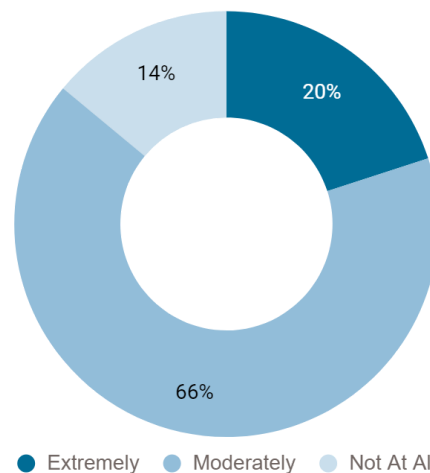


Q2. Do jaké míry vaše společnost informuje spotřebitele o ochraně lidských práv a životního prostředí v prostorách vašich dodavatelů a prodejců?

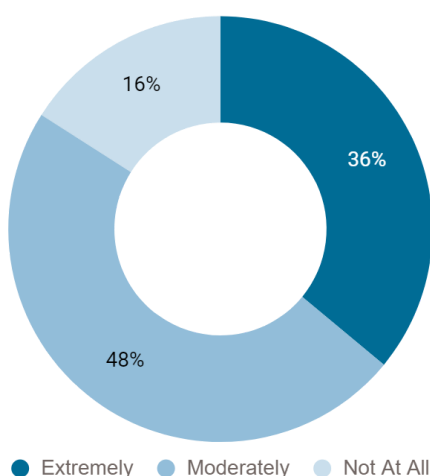
Přestože značný počet společností informuje spotřebitele v mírné míře, stále je co zlepšovat, pokud jde o transparentnost a komunikaci. Menší počet společností má zavedeny rozsáhlé komunikační postupy, které prokazují vysokou míru odhodlání informovat spotřebitele o lidských právech a ochraně životního prostředí. Značná část společností však v současné době neposkytuje spotřebitelům v tomto ohledu žádné informace, což ukazuje na potřebu většího úsilí v oblasti transparentnosti a vzdělávání spotřebitelů.

Q3. Do jaké míry se politické instituce (EU a národní vlády) podílejí na ochraně lidských práv a životního prostředí v prostorách módních podniků, dodavatelů a prodejců?

Většina respondentů vnímá zapojení politických institucí v mírné míře. Stále však existuje značný počet respondentů, kteří se domnívají, že politické instituce se v oblasti ochrany lidských práv a životního prostředí angažují buď omezeně, nebo extrémně. To naznačuje potřebu pokračujícího úsilí o posílení politické angažovanosti a regulačních rámců pro zajištění udržitelných postupů a ochrany lidských práv v módním průmyslu.



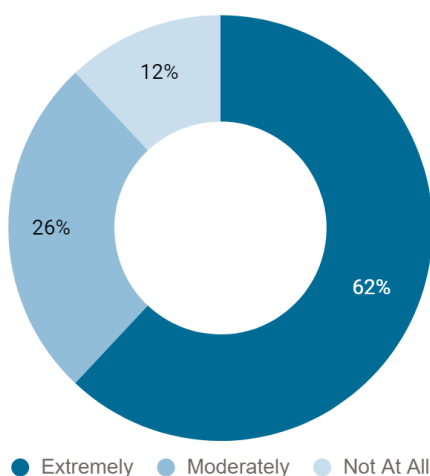
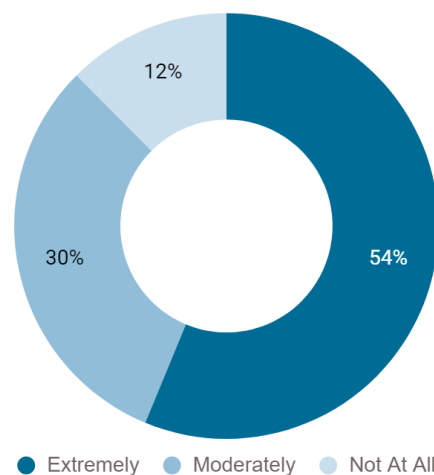
Q4. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje pravidla a předpisy na ochranu lidských práv a životního prostředí v prostorách vašich dodavatelů a prodejců?



Přestože značný počet společností má mírná pravidla a předpisy, stále existuje prostor pro zlepšení, pokud jde o posílení a rozšíření jejich úsilí. Menší počet společností má rozsáhlé předpisy, což svědčí o vysoké úrovni závazku k ochraně lidských práv a životního prostředí. Významná část společností však v současné době nemá zavedena žádná konkrétní pravidla a předpisy, což poukazuje na potřebu důraznějších opatření k zajištění etických a udržitelných postupů v celém dodavatelském řetězci.

Q5. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje následující zásady pro dodavatele/dodavatelské firmy na ochranu důstojné práce a nákupní postupy v rámci vašich nákupních a dodavatelských činností?

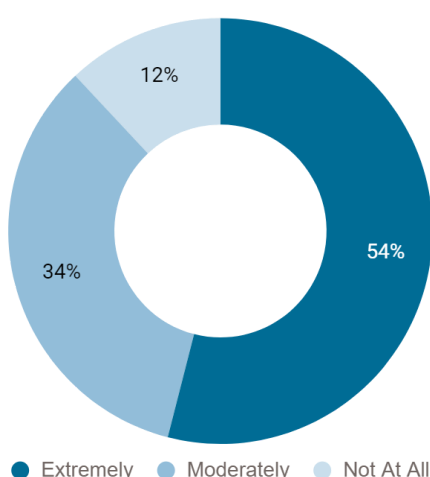
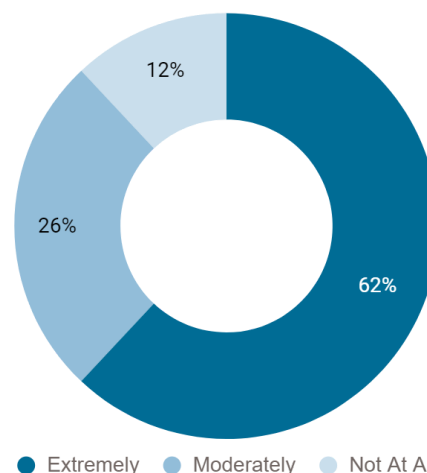
Předcházení obtěžování a násilí



Prevence dětské práce (pracovní práva a politiky).



Zabránit nucené a otrocké práci



Podporovat politiky zahrnující normy a postupy v oblasti lidských práv v celém dodavatelském řetězci.

Většina společností vykazuje určitou úroveň uplatňování politik na ochranu důstojné práce a nákupních postupů v rámci svých činností v oblasti zadávání veřejných zakázek a dodavatelského řetězce. Stále však existuje prostor pro zlepšení, zejména v oblastech, kde společnosti uvedly mírný nebo žádný rozsah implementace. Je nezbytné, aby společnosti průběžně vyhodnocovaly a zdokonalovaly své politiky s cílem zajistit etické a odpovědné postupy v celém dodavatelském řetězci.

Q6. Popište prosím všechny stávající postupy a politiky prodejců/dodavatelů, které vaše organizace již používá v souvislosti s ochranou důstojné práce a nákupními postupy.

Místní a evropské zdroje

Mnoho organizací uvedlo, že dávají přednost získávání materiálů nebo výrobě oděvů na místě nebo v Evropě. Tento přístup umožňuje lepší dohled nad podmínkami dodavatelského řetězce, dodržování místních pracovních zákonů a potenciálně i vyšší etické standardy.

"Oděvy vyrábíme pouze ve Španělsku. Všichni naši dodavatelé jsou místní. Respektujeme všechny vysoké standardy Evropské unie. Naši pracovníci jsou placeni v souladu se zákonem."

Důraz na transparentnost

Společným tématem byla transparentnost, přičemž organizace zdůrazňovaly své úsilí otevřeně komunikovat se zákazníky o postupech udržitelnosti, rozdělení cen a informacích o dodavatelském řetězci. Tento závazek k transparentnosti je považován za způsob, jak si u spotřebitelů vybudovat důvěru.

Zaměření na udržitelnost

Mnoho organizací kladlo důraz na udržitelnost a postupy šetrné k životnímu prostředí. Patřila mezi ně recyklace materiálů, vlastní výroba tkanin, používání recyklovaných vláken a podpora kompostovatelných a veganských výrobků. Tyto postupy jsou v souladu s širšími etickými hledisky, včetně důstojné práce a odpovědného nakupování.

Dodržování předpisů a certifikace

Některé organizace zmínily dodržování specifických certifikací a norem, například těch, které stanovila Evropská unie. Rovněž uvedly, že spolupracují s dodavateli, kteří mají své postupy a zásady týkající se ochrany pracovníků. To naznačuje závazek zajistit dodržování přísných etických a environmentálních norem ze strany dodavatelů.

"Naši dodavatelé nás žádají, aby DURC (jednotný doklad o dodržování sociálního zabezpečení) byl potvrzením o správnosti plateb subjektům INPS, INAIL a Cassa edile. Tento dokument je zaměřen na potlačování nehlášené práce a nesrovnalostí v oblasti pojištění a odvodů."

Osobní vztahy s dodavateli

Několik respondentů upozornilo na osobní vztahy se svými dodavateli, které mohou podpořit důvěru a odpovědnost při dodržování etických postupů v dodavatelském řetězci.

"Využíváme dodavatele, kterým důvěřujeme a které známe již léta."

Audity a prověřování

Organizace zmínily, že provádějí procesy prověřování dodavatelů, včetně auditů a návštěv dodavatelů, aby zajistily dodržování etických norem. Tento proaktivní přístup pomáhá ověřovat, zda dodavatelé dodržují etické a důstojné pracovní postupy.

Vyhýbání se pochybným dodavatelům

Některé organizace výslovně uvedly, že se vyhýbají dodavatelům ze zemí s pochybnými pracovními podmínkami. To odráží závazek k odpovědným postupům při získávání zdrojů.

Omezené znalosti nebo přístup

Několik respondentů uvedlo, že nemají dostatek informací nebo přístup k podrobnostem o postupech a politikách svých dodavatelů. To naznačuje potřebu lepší komunikace a transparentnosti v rámci dodavatelského řetězce.

Použití stávajících materiálů

Některé organizace se zmínily o snaze využívat stávající materiály a látky namísto toho, aby požadovaly novou výrobu.

Organizace v módním průmyslu přijímají řadu postupů a politik na ochranu důstojné práce a podporu etických nákupních praktik ve svých dodavatelských řetězcích. Mezi tyto snahy patří zajišťování zdrojů na místní úrovni, důraz na transparentnost a udržitelnost, dodržování norem a budování osobních vztahů s dodavateli. Přestože problémy přetrvávají, tato opatření odrážejí závazek k odpovědným a etickým módním postupům.

Q7. Jaké jsou hlavní problémy, kterým čelíte při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů s ohledem na ochranu důstojné práce a nákupních postupů v prostorách vašich partnerů (výrobců, montážních závodů, výrobců surovin, výrobců materiálů, logistiky)?

Omezená kontrola a transparentnost

Mnoho organizací se potýká s obtížemi souvisejícími s omezenou kontrolou postupů svých dodavatelů a s nedostatečnou transparentností dodavatelských operací. To jim ztěžuje schopnost zajistit etické pracovní a nákupní postupy v celém dodavatelském řetězci a zůstává to významnou výzvou.

**Omezení zdrojů**

Malé společnosti se neustále potýkají s omezenými zdroji, včetně omezených finančních zdrojů a obtíží při získávání udržitelných materiálů. Tato omezení jim ztěžují schopnost účinně zavádět a prosazovat dodavatelské postupy a politiky, což z nich činí trvalý problém.

Nedostatek kontrol na místě

Provádění kontrol na místě je stále náročné kvůli faktorům, jako jsou geografická omezení nebo vysoké náklady. Organizace se často spoléhají na předloženou dokumentaci a osvědčení, což může způsobit problémy při ověřování dodržování lidských práv a environmentálních norem.

"Kromě certifikátu neexistuje žádný způsob, jak sledovat transparentnost. V ideálním případě bych mohl cestovat a navštívit místa původu materiálu... bylo by skvělé navštívit a získat transparentnost hodnotového řetězce."

Úvahy o ceně

Cena zůstává významným faktorem ovlivňujícím nákupní zvyklosti. Úvahy o nákladech mohou vést organizace k tomu, aby nakupovaly ze zemí s levnější pracovní silou, což může ohrozit etické normy. Vyvážení cenové dostupnosti a etických aspektů je složitý problém.

"Z dlouhodobého hlediska je pro nás hlavním problémem to, že jsme ztratili pozici dodavatele, protože tito zákazníci přecházejí na nákup oděvů z levnějších zemí, jako je Bangladéš. Tímto způsobem se vyhýbají odpovědnosti za vše, co souvisí s ochranou důstojné práce a nákupními postupy."

Omezené sdílení dat a transparentnost

Organizace se často potýkají s problémy souvisejícími s omezeným sdílením údajů a

transparentností ze strany svých dodavatelů. Někteří dodavatelé zatajují informace, aby ochránili své know-how, nebo neposkytují komplexní údaje o původu materiálu, což vede k nedostatkům v transparentnosti.

"V současné době dodavatelé, které si můžeme dovolit a kteří skutečně mají materiály, které potřebujeme, nenabízejí snadno informace o transparentnosti a dalších naléhavých tématech."

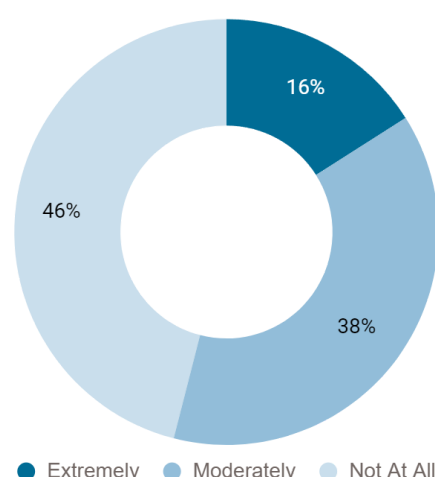
Certifikace a nezávislé audity

Mnoho organizací klade velký důraz na certifikace a zprávy nezávislých auditorských firem, které zajišťují ochranu lidských práv. Ověřování třetí stranou je považováno za klíčové, zejména pokud chybí přímá kontrola dodavatelů.

Tyto hlavní závěry poukazují na přetrvávající složitost v módním průmyslu, pokud jde o ochranu důstojné práce a etické nákupní postupy v celém dodavatelském řetězci. Tyto problémy přetrvávají napříč organizacemi různých velikostí a zdůrazňují význam transparentnosti, řízení zdrojů a udržitelných postupů při získávání zdrojů.

Q8. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje u svých dodavatelů/poskytovatelů zásady ochrany odborů a kolektivního vyjednávání při zadávání zakázek a v dodavatelském řetězci?

Většina společností nemá zavedeny zásady na ochranu odborové organizace a kolektivního vyjednávání při zadávání zakázek a v dodavatelském řetězci. To poukazuje na mezeru v úsilí o podporu práv pracovníků a může naznačovat, že je třeba, aby se společnosti tímto aspektem pracovních práv zabývaly ve svých postupech řízení dodavatelského řetězce. Některé společnosti však zavedly politiky v mírném rozsahu



a menší počet společností zavedl politiky v extrémním rozsahu, což svědčí o jejich odhodlání chránit práva pracovníků v souvislosti s odborovou organizací a kolektivním vyjednáváním.

Q9. Popište prosím všechny stávající postupy a politiky prodejců/dodavatelů, které vaše organizace již používá v souvislosti s ochranou práv zaměstnanců v oblasti odborové organizace a kolektivního vyjednávání.

Soulad s místními certifikáty pracovníků

Některé organizace uvedly, že spolupracují se společnostmi, které mají v jejich zemi platné osvědčení pro pracovníky. To naznačuje závazek spolupracovat s dodavateli, kteří dodržují místní pracovní předpisy a normy.

"Pracujeme a spolupracujeme s firmami, které mají všechna platná osvědčení pro pracovníky v naší zemi (Španělsko)."

Malé společnosti s omezenou potřebou

Několik organizací, zejména malých, uvedlo, že se na ně nevztahují nebo že mají omezenou potřebu specifických politik a osvědčení týkajících se práv pracovníků. Důvodem může být jejich velikost nebo povaha jejich podnikání.

Dodržování národních a evropských zákonů

Některé organizace uvedly, že jejich postupy a politiky se řídí evropským právem. To naznačuje závazek dodržovat regionální předpisy týkající se práv pracovníků.

Ochrana pracovníků při přijímání do zaměstnání

Některé organizace uvedly, že dbají na ochranu práv pracovníků při jejich najímání a zaměstnávání. To zahrnuje spravedlivé a inkluzivní přijímání zaměstnanců, smluvní dohody, odměňování a ohledy na duševní zdraví zaměstnanců.

Otevřenost a podpora odborové organizace

Několik organizací se vyjádřilo, že jsou otevřeny vstupu pracovníků do odborů, což svědčí o uznání významu kolektivního zastupování a vyjednávání. Některé organizace výslovně zmínily podporu svobody sdružování a nediskriminaci v souvislosti s odborovou organizací. To odráží závazek vůči právům pracovníků zakládat odbory a zapojovat se do kolektivního vyjednávání.

"Náš kodex chování obsahuje ustanovení o svobodě sdružování a zákazu diskriminace v souvislosti s odborovou organizací. Jsme k tomu velmi otevření a podporujeme to."

Kolektivní smlouvy

Některé organizace uvedly, že mají zavedené standardní kolektivní smlouvy. Tyto smlouvy pravděpodobně obsahují ustanovení týkající se práv a ochrany pracovníků.

Souhrnně lze říci, že se jedná o klíčové body, které zmínily více organizací, pokud jde o jejich osvědčení pro pracovníky, politiky a postupy týkající se ochrany práv pracovníků. Tyto body zdůrazňují závazek dodržovat předpisy, chránit pracovníky při najímání a případně podporovat odborovou organizaci.

Q10. Jaké jsou hlavní problémy, kterým čelíte při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů v souvislosti s ochranou práv zaměstnanců v oblasti odborového

sdružování a kolektivního vyjednávání v prostorách vašich partnerů (výrobci, montážní závody, výrobci surovin, výrobci materiálů, logistika)?

Omezené informace a transparentnost

Mnoho organizací se potýká s obtížemi při získávání dostatečných informací a transparentnosti od svých dodavatelů o právech pracovníků. Tento nedostatek transparentnosti představuje běžný problém a brání schopnosti posoudit a zajistit dodržování postupů odborových organizací a kolektivního vyjednávání.

"Víme, co nám říkají, ale nemůžeme je k ničemu donutit."

Omezený vhled nebo znalosti

Několik organizací přiznalo, že mají jen malý nebo žádný přehled o odborových praktikách v prostorách svých partnerů. Tento nedostatek povědomí nebo znalostí o odborech a kolektivním vyjednávání v rámci dodavatelského řetězce je běžným problémem.

Omezení zdrojů

Rodinný podnik označil za významnou výzvu omezené zdroje. To naznačuje, že provádění kontrol na místě nebo návštěvy prostor dodavatelů mohou být pro menší organizace finančně nebo provozně náročné.

Geografická vzdálenost a nedostatek místních poskytovatelů

Některé organizace uvádějí jako problém geografickou vzdálenost od svých partnerů v dodavatelském řetězci, což vede k nedostatku místních možností nákupu materiálů a služeb. Tato vzdálenost může ztěžovat dohled a monitorování práv pracovníků a úsilí o odborovou organizaci.

"Je daleko od hodnotového řetězce a certifikáty neposkytují informace o ochraně práv pracovníků v

oblasti odborového sdružování a kolektivního vyjednávání. Kdybychom měli místní (blízké poskytovatele), vyřešilo by to většinu tohoto problému. Pro materiál, který používáme, neexistují místní poskytovatelé jako Silk."

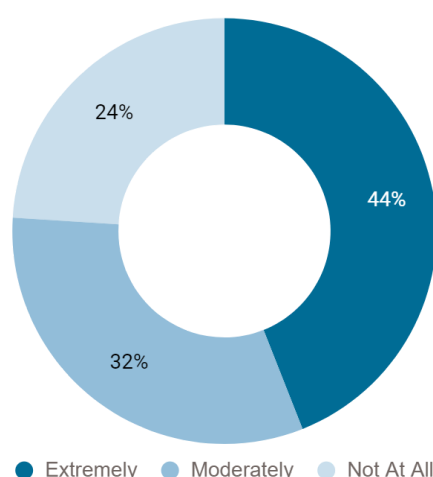
Vnímaná relevance a použitelnost

Někteří respondenti uvedli, že tato otázka není použitelná nebo se netýká jejich konkrétních obchodních operací nebo dodavatelského řetězce. To naznačuje, že pro některé společnosti nemusí být odborová organizace a kolektivní vyjednávání považovány za významné faktory v jejich činnostech v oblasti zadávání zakázek a dodavatelského řetězce.

Celkově tyto vzorce omezené transparentnosti, geografických problémů, omezených zdrojů, omezeného přehledu nebo znalostí a různého vnímání významu zdůrazňují složitost a různé okolnosti, kterým organizace čelí při zavádění postupů a politik souvisejících s právy pracovníků na odborové organizace a kolektivní vyjednávání ve svých dodavatelských řetězcích.

Q11. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje u svých dodavatelů/poskytovatelů zásady pro diverzitu a inkluzi při zadávání veřejných zakázek a v dodavatelském řetězci?

Z odpovědí vyplývá, že se jedná o různé společnosti, které v různé míře zavedly politiku rozmanitosti a začleňování. Zatímco značný počet společností zavedl tyto politiky v extrémní míře, značný počet společností nezavedl žádné politiky. To poukazuje na potřebu, aby společnosti upřednostňovaly a rozvíjely komplexní strategie a iniciativy na podporu rozmanitosti a začleňování v rámci svých činností v oblasti zadávání veřejných



zakázek a dodavatelského řetězce. Společnosti, které zavedly politiky v mírném rozsahu, dosahují určitého pokroku, ale mohou také zvážit další zlepšení svého úsilí.

Q12. Popište, prosím, všechny stávající postupy a politiky prodejců/dodavatelů, které vaše organizace již používá v souvislosti s podporou rozmanitosti a začlenění (např. rovnost žen a mužů, rovné odměňování, rasová rovnost).

Inkluzivita ve vedení a partnerstvích

Mnoho organizací vyjádřilo svůj závazek k rozmanitosti a inkluzi tím, že zdůraznilo, že jejich vedoucí týmy zahrnují osoby z různých prostředí, zejména ženy. Některé organizace také spolupracují s řemeslnými podniky vedenými ženami. To odráží proaktivní přístup k podpoře rovnosti žen a mužů a rozmanitosti v rámci jejich sítí.

Podpora diverzity a inkluze v marketingu

Několik společností zmínilo podporu rozmanitosti a inkluze prostřednictvím svých marketingových strategií a kreativních kampaní. Zdůrazňovaly, že v propagačních materiálech se objevují modelky všech tvarů, velikostí, věku, pohlaví a rasového původu. To dokazuje jejich snahu odrážet a oslavovat rozmanitost ve své značce.

"Jsme vysoce inkluzivní společnost - podpora rozmanitosti je pro nás důležitá. Naše týmy jsou různorodé, stejně jako modely, které se objevují v našich komunikačních kampaních."

**Rovné zacházení a zákaz
diskriminace**

Mnoho organizací uvedlo, že se všemi zaměstnanci a partnery jednají stejně, bez ohledu na pohlaví, rasu nebo jiné charakteristiky. Zdůrazňovaly závazek k rovnému odměňování a absenci diskriminace ve svých pracovních postupech. To odráží základní zásadu spravedlnosti a nediskriminace.

**Inkluzivita při najímání
zaměstnanců**

Někteří respondenti, zejména manažeři odpovědní za přijímání zaměstnanců, zdůraznili své úsilí zajistit, aby se při přijímání zaměstnanců nepoužívaly diskriminační praktiky. Jejich cílem je přijímat zaměstnance spíše na základě dovedností a kvalifikace než na základě pohlaví nebo rasy.

Inkluzivita jako běžná praxe

Pro některé organizace je podpora rozmanitosti a začleňování běžnou praxí zakotvenou v jejich firemní kultuře a hodnotách. Zdůraznily, že by nepracovaly jinak, protože inkluze je v jejich organizaci považována za standard.

**Omezené informace a
transparentnost**

Některé organizace uvedly problémy spojené se získáváním informací nebo přehledem o praxi v oblasti rozmanitosti a začleňování v rámci dodavatelského řetězce. To naznačuje běžné potíže s přístupem k údajům o těchto aspektech, zejména v globálních dodavatelských řetězcích.

"Doufáme, že to naši partneři/dodavatelé mají, ale nemůžeme si být jisti."

**Nedostatek certifikací
dodavatelů**

Několik organizací uvedlo, že neexistují žádné konkrétní dodavatelé nebo certifikáty, které by zaručovaly nebo řešily otázky rozmanitosti a začlenění. To naznačuje, že aspekty rozmanitosti a

inkluze nemusí být výslovně zahrnuty v jejich procesech certifikace dodavatelského řetězce.

"Neexistují dodavatelé a certifikáty, které by tuto problematiku zaručovaly nebo dokonce řešily. Možná se v Japonsku starají více než v Indii a Číně... nejsme si jisti, protože nemáme přehled."

Tato zjištění zdůrazňují závazek k rozmanitosti, inkluzi a nediskriminaci v módním průmyslu. Organizace aktivně pracují na zajištění rovného zacházení, rovného odměňování a zastoupení ve vedení, marketingu a náboru zaměstnanců. Přetrvávají však problémy související s transparentností informací a viditelností dodavatelského řetězce, což naznačuje potřebu větší transparentnosti a odpovědnosti při prosazování rozmanitosti a inkluze v celém dodavatelském řetězci.

Q13. Jaké jsou hlavní výzvy, kterým čelíte při zavádění postupů a politik dodavatelů s ohledem na podporu rozmanitosti a inkluze v prostorách vašich partnerů (výrobců, montážních závodů, výrobců surovin, výrobců materiálů, logistiky)?

Finanční omezení

Několik organizací uvedlo jako významnou výzvu finanční omezení. To naznačuje, že omezené finanční zdroje mohou bránit jejich schopnosti investovat do iniciativ v oblasti rozmanitosti a začleňování, včetně provádění auditů nebo hodnocení.

"Cena a skutečnost, že na prvním místě je cíl společnosti dosáhnout zisku."

Omezené zdroje

Některé organizace uvedly, že mají omezené zdroje, což může ovlivnit jejich schopnost účinně monitorovat a prosazovat postupy v oblasti rozmanitosti a začleňování. Omezené zdroje mohou ovlivnit jejich schopnost přijímat v tomto ohledu proaktivní opatření.



Soulad s právními požadavky

Jedna organizace zdůraznila, že je obtížné dodržovat zákonné povinnosti týkající se rozmanitosti a začleňování. To znamená, že zajištění souladu s platnými zákony a předpisy může být složité a náročné.

Nedostatek znalostí nebo vhledu

Některé organizace přiznaly nedostatek znalostí nebo přehledu o postupech jiných společností nebo jejich partnerů. To poukazuje na potřebu větší transparentnosti a sdílení informací o úsilí v oblasti rozmanitosti a inkluze v rámci dodavatelského řetězce.

Omezené zapojení dodavatelů

Několik organizací zmínilo problémy spojené se zapojením svých dodavatelů do úsilí o rozmanitost a začlenění. To naznačuje, že někteří dodavatelé se mohou bránit nebo se jen omezeně zavazovat k upřednostňování těchto otázek.

Informovanost a komunikace

Někteří respondenti naznačili, že povědomí o otázkách rozmanitosti a začleňování je mezi dodavateli poměrně nízké. To poukazuje na potřebu lepší komunikace a vzdělávání o významu rozmanitosti a začleňování v dodavatelském řetězci.

"Řekl bych, že je to teprve začátek, protože mnoho "typických" dodavatelů o tom ani neinformuje!"

Přístupnost a inkluzivita

Jedna organizace zmínila problémy spojené s přístupností a inkluzivitou, zejména pokud jde o fyzické prostory. To podtrhuje význam zohlednění přístupnosti a inkluzivity v celém dodavatelském řetězci a řešení případných překážek.

Omezení malé značky

Některé menší značky zmínily omezení své schopnosti ovlivnit nebo prosadit postupy v oblasti rozmanitosti a inkluze u svých dodavatelů. Často se spoléhají na větší značky nebo certifikace, které tyto iniciativy prosazují.

Viditelnost a certifikace

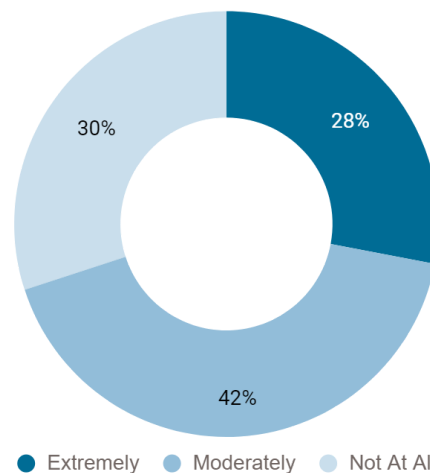
Viditelnost postupů v oblasti rozmanitosti a začleňování u dodavatelů, zejména menších nebo nových značek, může být náročná. Mnoho organizací hledá certifikace nebo auditní procesy, aby získaly jistotu v tomto ohledu.

"Snažíme se spolupracovat se značkami, které podporují rozmanitost, ale upřímně řečeno, nemůžeme to vědět. Hledáme certifikáty a podobně, ale některé značky jsou opravdu malé nebo opravdu nové a nemají je."

Tato zjištění zdůrazňují, že ačkoli roste povědomí o významu rozmanitosti a inkluze v dodavatelském řetězci, organizace čelí různým výzvám při účinném zavádění postupů a politik na podporu těchto hodnot. Mezi běžné překážky patří finanční omezení, omezené zdroje, dodržování právních požadavků a nedostatek znalostí nebo přehledu. K překonání těchto výzev může být nezbytná větší transparentnost, vzdělávání a spolupráce s dodavateli.

Q14. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje u dodavatelů/poskytovatelů zásady odpovědnosti člena představenstva nebo výboru představenstva za otázky lidských práv a životního prostředí v rámci vašich nákupů a dodavatelského řetězce?

Odpovědi ukazují na různou míru uplatňování zásad odpovědnosti členů představenstva nebo výborů představenstva v oblasti lidských práv a životního prostředí při zadávání veřejných zakázek a činnostech dodavatelského řetězce. Zatímco některé společnosti zavedly politiky v extrémní míře, značný počet společností žádné takové politiky nezavedl. Společnosti, které zavedly politiky v mírné míře, dosahují určitého pokroku, ale mohou zvážit další zlepšení, aby posílily odpovědnost při řešení otázek lidských práv a životního prostředí.



Q15. Popište, prosím, všechny stávající postupy a zásady prodejců/dodavatelů, které vaše organizace již používá s ohledem na odpovědnost členů vaší správní rady nebo výboru správní rady za ochranu lidských práv a životního prostředí.

Závazek k udržitelnosti

Mnoho organizací zdůrazňuje svůj závazek k udržitelnosti a etickým postupům. Často zmiňují spolupráci s ekologicky certifikovanými společnostmi, prosazování místní výroby a spravedlivých mezd ve svých dodavatelských



řetězcích. To odráží silné zaměření na udržitelné a etické obchodní postupy.

"Jsme společnost, která se zasazuje o udržitelný rozvoj textilního odvětví a výzkum v oblasti výzkumu a vývoje."

Nedostatek specifických politik

Značný počet odpovědí neposkytuje výslovné informace o stávajících politikách nebo postupech týkajících se odpovědnosti členů správní rady za lidská práva a otázky životního prostředí. Některé organizace uvádějí, že nemají kontrolu nad celým hodnotovým řetězcem, nebo neuvádějí podrobnosti o žádných konkrétních zavedených politikách.

Spolupráce a partnerství

Některé organizace zdůrazňují svou spolupráci, partnerství nebo členství s externími subjekty zaměřenými na udržitelnost a společenskou odpovědnost podniků. Tato partnerství často zahrnují monitorování a hodnocení postupů udržitelnosti, což naznačuje závazek k odpovědnosti.

"Vždy chceme spolupracovat se společnostmi, které mají evropské certifikáty kvality životního prostředí nebo které odpovídají textilnímu průmyslu."

Malá organizační struktura

Několik organizací uvádí, že se jedná o malé značky nebo společnosti, které řídí malý počet jednotlivců. V takových případech nemusí být koncept odpovědnosti členů představenstva vzhledem k velikosti a struktuře organizace tak použitelný.

Celkově lze říci, že odpovědi naznačují různorodost přístupů k udržitelnosti a společenské odpovědnosti firem v módním průmyslu. Zatímco mnoho organizací se zavázalo k

udržitelným a etickým postupům, jiné mohou mít omezené konkrétní politiky nebo se zaměřují na spolupráci menšího rozsahu. Snahy módního průmyslu řešit otázky lidských práv a životního prostředí se značně liší v závislosti na prioritách a strukturách jednotlivých organizací.

Q16. Jaké jsou hlavní problémy, kterým čelíte při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů s ohledem na odpovědnost členů vašeho představenstva nebo výboru představenstva za lidská práva a otázky životního prostředí v prostorách vašich partnerů (výrobců, montážních závodů, výrobců surovin, výrobců materiálů, logistiky)?

Nedostatečné povědomí/informovanost

Mnoho organizací se potýká s problémy souvisejícími s omezenými znalostmi a informacemi o zásadách a postupech svých prodejců a dodavatelů. Tato nedostatečná informovanost může bránit jejich schopnosti účinně monitorovat a zajišťovat dodržování lidských práv a environmentálních otázek. Zlepšení transparentnosti a komunikace s partnery je pro řešení tohoto problému klíčové.

"Nevíme, jakou mají politiku."

Omezené zdroje

Několik organizací, zejména rodinných podniků s omezenými zdroji, uvádí jako problém omezené zdroje. Tato omezení omezují jejich schopnost navštěvovat provozovny, provádět kontroly na místě nebo investovat do rozsáhlých auditních procesů. Omezení zdrojů může být významnou překážkou účinného dohledu.

Blízkost a místní poskytovatelé

Jedna organizace zdůrazňuje problém vzdálenosti od hodnotového řetězce. Navrhují, že mít místní poskytovatele blízkých služeb by mohlo

zjednoduší proces zajištění dodržování lidských práv a environmentálních otázek. Tento pohled podtrhuje potenciální výhody spolupráce s místními dodavateli.

"Kdybychom měli místní poskytovatele, většinu problémů by to vyřešilo."

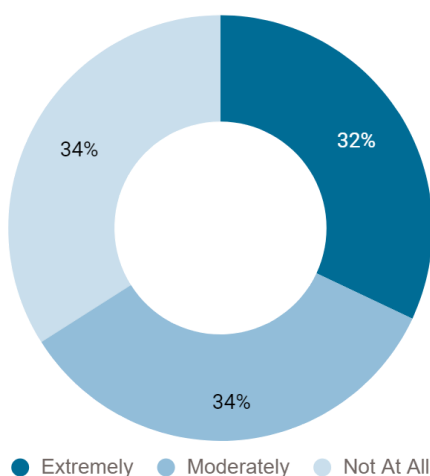
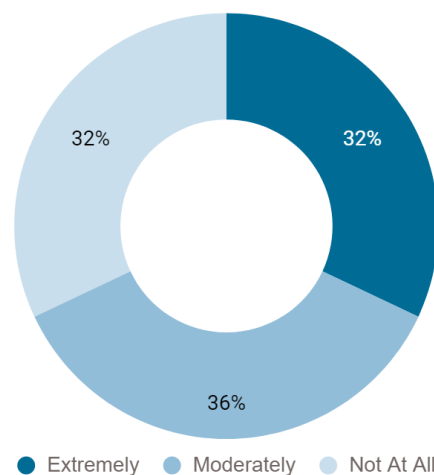
Irelevantní nebo nepotřebné

Některé organizace se domnívají, že tato otázka není relevantní pro jejich konkrétní situaci, nebo se vyjadřují, že nepotřebují další zaměstnance nebo zapojení do certifikačních a auditních procesů. To naznačuje, že pro některé organizace nemusí být otázka odpovědnosti členů správní rady za tyto otázky prioritou.

Souhrnně lze říci, že společné problémy se týkají potřeby lepšího povědomí a informovanosti, omezených zdrojů, blízkosti dodavatelů a různého vnímání významu. Tyto výzvy podtrhují význam transparentní komunikace, přidělování zdrojů a individuálního přístupu k řešení otázek lidských práv a životního prostředí v dodavatelském řetězci.

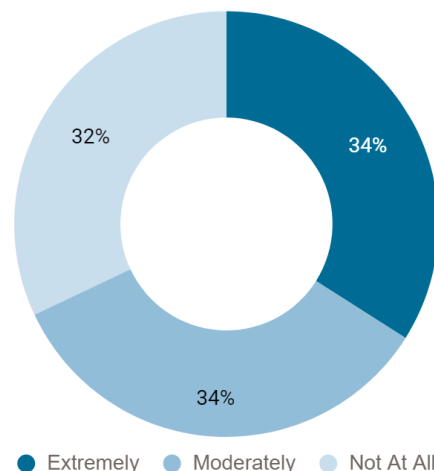
Q17. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje u dodavatelů/poskytovatelů zásady pro sledovatelnost výrobků a služeb v rámci nákupního a dodavatelského řetězce?

Sledovatelnost továren prvního stupně



Sledovatelnost zpracovatelských zařízení

Sledovatelnost surovin



Odpovědi ukazují různou úroveň zavedení sledovatelnosti výrobků a služeb v různých aspektech dodavatelského řetězce. Zatímco některé společnosti zavedly politiky v některých oblastech v extrémní míře, existuje také značný počet společností, které nezavedly žádné politiky nebo je zavedly jen v mírné míře. Zlepšení postupů sledovatelnosti může přispět ke zvýšení transparentnosti a odpovědnosti v dodavatelských řetězcích, což společností umožní lépe pochopit a řešit potenciální sociální a environmentální dopady.

Q18. Popište prosím všechny stávající postupy a zásady prodejců/dodavatelů, které vaše organizace již používá v souvislosti s vysledovatelností vašich výrobků a služeb u partnerů v dodavatelském řetězci (např. digitální pasy, QR kódy atd.).

Přímý kontakt s lidmi pro sledovatelnost

Mnoho organizací, zejména těch, které působí v malém měřítku, spoléhá na přímý lidský kontakt a osobní vztahy s dodavateli, pokud jde o sledovatelnost. Tento přístup jim umožňuje znát původ svých výrobků díky znalosti z první ruky.

"Naše sledovatelnost, jak již bylo zmíněno výše, je založena na přímém kontaktu s lidmi, protože pracujeme v malém měřítku. Proto víme, odkud všechny naše výrobky pocházejí, protože je můžeme přímo sledovat."

**Touha po transparentnosti**

Mezi organizacemi převládá snaha o zvýšení transparentnosti jejich dodavatelských řetězců. Uvědomují si, že je důležité poskytovat zákazníkům informace o sledovatelnosti svých výrobků, a některé z nich na tom aktivně pracují.

Recyklace a upcyklace materiálů

Několik organizací se zaměřuje na sběr odpadních materiálů a zavádění recyklačních nebo upcyklačních procesů. Tento přístup jim umožňuje sledovat a dohlédávat recyklované nebo zpětně získané materiály, což přispívá ke sledovatelnosti v rámci jejich dodavatelského řetězce.

Úsilí o prevenci padělání a pozměňování dokumentů

Jedna z organizací konkrétně vyzdvihuje využití technologie blockchain a digitálních pasů, které mají zabránit falšování, rozměňování a manipulaci s materiály. To odráží přijetí technologií zaměřených na zvýšení sledovatelnosti a pravosti výrobků.

"Vytvořte digitální identifikační platformu zabezpečenou blockchainem, která generuje jedinečné transakční certifikáty. Tyto transakční certifikáty umožňují zákazníkům vysledovat oděv od jeho původu, což dokazuje jeho udržitelnost. Tento digitální pas zabraňuje falšování, rozměňování a pozměňování materiálů."

Důvěra v dodavatele a kvalitu materiálu

Některé organizace zdůrazňují důvěru v dodavatele a získávání čistých a vysoce kvalitních materiálů. Budování pevných vztahů s dodavateli a zajištění integrity materiálů jsou klíčovými složkami jejich úsilí o sledovatelnost.

Omezené používání digitálních technologií

Zatímco některé organizace uvádějí využívání digitálních technologií, jako jsou softwarové platformy, digitální pasy nebo QR kódy pro vysledovatelnost, mnoho jiných tyto technologie v současné době nevyužívá. Zdá se, že zejména menší podniky nebo podniky z druhé ruky jsou na digitální metody sledovatelnosti méně závislé.

Rozmanitá komunikace se zákazníky

Úroveň komunikace a informací sdílených se zákazníky o postupech dodavatelského řetězce se v jednotlivých organizacích liší. Zatímco některé poskytují podrobné informace na svých webových stránkách nebo na dotaz zákazníka, jiné zveřejňují informace v omezené míře nebo si vyhrazují více informací pro speciální kolekce nebo špičkové dílčí značky.

"Nechci, aby zákazníci sledovali výrobky až k mému dodavateli z důvodu konkurence na trhu a nedostatku informací. Mám znamená, že materiály nelze dohledat (upcyklované materiály). Moji dodavatelé nedodávají velkým korporacím (žádné digitální pasy atd.)."

Souhrnně řečeno, módní průmysl si stále více uvědomuje důležitost sledovatelnosti a transparentnosti v dodavatelském řetězci. Postupy sledovatelnosti sahají od přímého kontaktu s lidmi až po digitální řešení a stále větší důraz je kladen na udržitelné získávání materiálů a jejich recyklaci. Tyto organizace aktivně zkoumají způsoby, jak informovat zákazníky o svých snahách o sledovatelnost a posílit důvěru v postupy svého dodavatelského řetězce.

Q19. Jaké jsou hlavní problémy, kterým čelíte při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů s ohledem na sledovatelnost vašich výrobků a služeb u vašich partnerů v dodavatelském řetězci?

Obavy o informace a transparentnost

Mnoho organizací vyjadřuje obavy ze sdílení informací o dodavateli, ať už z důvodu konkurence nebo potenciálních rizik pro jejich podnikání. Tato neochota zveřejnit údaje o dodavateli nebo původu výrobků naznačuje vážný postoj k transparentnosti.

Omezení zdrojů

Značný počet respondentů, zejména menších podniků nebo podniků s omezenými zdroji, zdůrazňuje problémy související s kapacitními a finančními omezeními. Zavedení postupů sledovatelnosti často vyžaduje investice do technologií, zdrojů a odborných znalostí, což může být pro podniky s omezenými rozpočty náročné.

Překážky digitální transformace

Některé společnosti zmiňují touhu přejít na digitální řešení, ale uvádějí pomalý pokrok při zavádění těchto technologií. Zdá se, že zavádění digitálních systémů sledovatelnosti je postupný proces, možná kvůli faktorům, jako jsou náklady, technické znalosti nebo odpor ke změnám.

Spolupráce s dodavateli

Jsou zmiňovány problémy spojené se získáváním informací od dodavatelů, zejména v případech, kdy malí dodavatelé váhají se sdílením svých zdrojů. To způsobuje potíže při zajišťování sledovatelnosti v celém dodavatelském řetězci, protože závisí na ochotě dodavatelů poskytovat potřebné údaje.

"Žádáme naše značky o tyto informace, ale neodmítáme je, pokud nám je neposkytnou."



Vládní podpora a financování

Jeden z respondentů zmiňuje nedostatek vládní podpory a financování udržitelných podnikatelských iniciativ, což naznačuje potřebu externí pomoci a finančních zdrojů pro účinné zavedení postupů sledovatelnosti.

Obchodní soutěž

Některé organizace považují sledovatelnost dodavatelského řetězce za konkurenční výhodu a jsou opatrné při zveřejňování informací o dodavatelích, protože se obávají, že by konkurence mohla získat přístup k jejich zdrojům a přímo jim konkurovat.

Náklady a odbornost

Jako problémy jsou uváděny náklady spojené se zaváděním postupů sledovatelnosti a odborné znalosti potřebné ke správě těchto systémů. To naznačuje, že finanční a lidské zdroje představují významné překážky.

"Pokud by ostatní lidé získali přístup k mému dodavateli, mohli by založit podobný obchod a konkurovat mému prodeji nebo by mohli zjistit verkoobchodní hodnotu mých výrobků."

Nedostatečná regulace

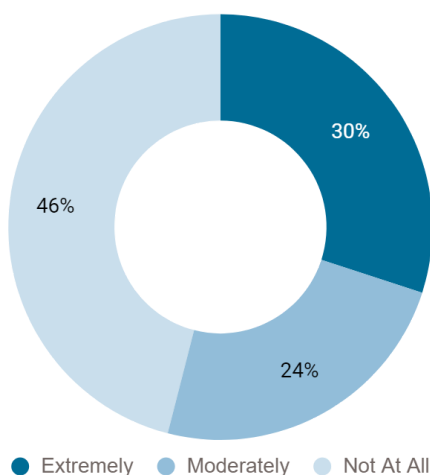
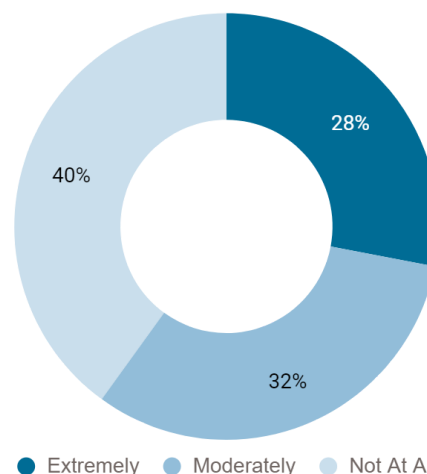
Jako problém je zmiňována neexistence předpisů týkajících se sledovatelnosti v módním průmyslu, což naznačuje, že regulační rámce by mohly pomoci standardizovat postupy.

Souhrnně lze říci, že tyto problémy odrážejí složitost a překážky spojené se zaváděním spolehlivých systémů sledovatelnosti v dodavatelských řetězcích, zejména u menších podniků s menšími zdroji. Vyvážení potřeby transparentnosti s obavami z konkurence a omezených zdrojů je běžným problémem, se kterým se organizace v módním průmyslu potýkají.



Q20. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje u svých dodavatelů/zásobovatelů zásady pro existenci procesů náležité péče v oblasti lidských práv a životního prostředí v rámci zadávání zakázek a dodavatelského řetězce?

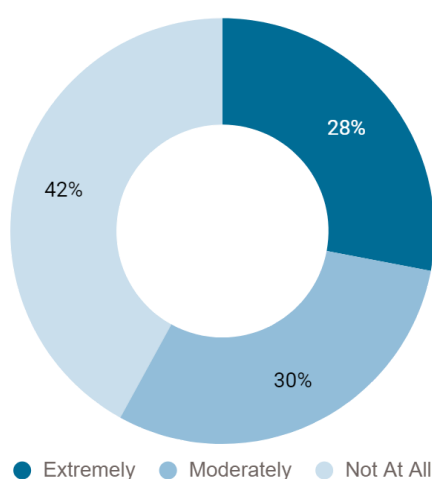
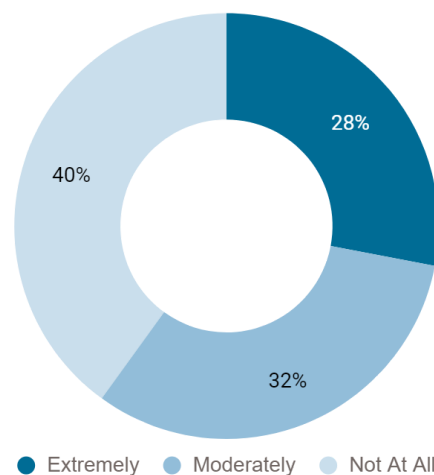
Pro zapojení odborů pracovníků, organizací žen a pracovníků, organizací migrantů do procesů náležité péče.



Na základě důvěryhodných mezinárodních standardů, jako je Základní kodex Iniciativy pro etické obchodování, příslušné úmluvy OSN a MOP, Směrnice OECD pro nadnárodní podniky nebo Globální dohoda OSN.

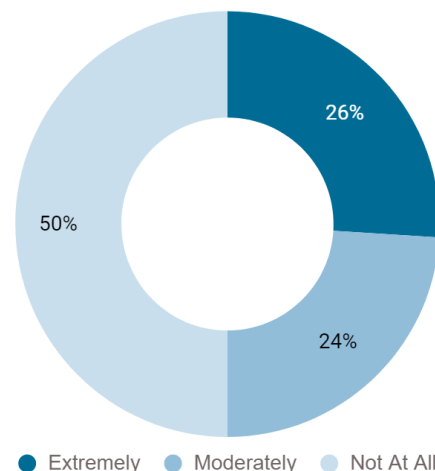


Zavedení specifických procesů auditu zařízení dodavatelského řetězce



Zastavení, prevence, zmírnění a náprava porušení (FIX)

mít mechanismy pro oznamování nebo podávání stížností.



Odpovědi ukazují různou úroveň provádění politik prodejců/dodavatelů v oblasti lidských práv a procesů náležité péče o životní prostředí v různých aspektech dodavatelského řetězce. Zatímco některé společnosti zavedly politiky v určitých oblastech v extrémní míře, existuje také značný počet společností, které nezavedly žádné politiky nebo tak učinily pouze v mírné míře. Posílení těchto politik a procesů může přispět k lepší identifikaci, prevenci a zmírnění rizik v oblasti lidských práv a životního prostředí v dodavatelských řetězcích.

Q21. Popište prosím všechny stávající postupy a politiky dodavatelů, které vaše organizace již používá, s ohledem na existenci procesů náležité péče v oblasti lidských práv a životního prostředí v rámci vašich činností v oblasti zadávání veřejných zakázek a dodavatelského řetězce.

Závazek k udržitelnosti a ohleduplnosti k životnímu prostředí

Mnoho organizací zdůrazňuje svůj závazek k udržitelnosti a ochraně životního prostředí. To zahrnuje používání recyklovaných materiálů, zavádění obnovitelných zdrojů energie, snižování emisí CO2 a zavádění uzavřených systémů recyklace vody. Tyto snahy jsou v souladu s širšími cíli udržitelnosti a environmentálními standardy.

Procesy certifikace a auditu

Některé organizace zmiňují využívání certifikačních a auditních procesů k zajištění dodržování lidských práv a environmentálních standardů. Tyto metody externího ověřování poskytují strukturovaný způsob hodnocení a zajištění dodržování postupů náležité péče.

Přímé zacházení s lidmi a spravedlnost

Několik odpovědí zdůrazňuje význam spravedlivého a přímého zacházení s lidmi. Ačkoli ne vždy jsou uvedeny konkrétní podrobnosti o stávajících postupech a politikách, důraz na spravedlivé zacházení naznačuje závazek k etickým a humánním postupům v dodavatelském řetězci.

Výzvy a význam

Některé organizace vyjadřují problémy související s významem náležité péče v oblasti lidských práv a životního prostředí pro jejich konkrétní podnikání. Menší nebo specializované podniky mohou mít jiné priority nebo omezené zdroje, které mohou těmto oblastem věnovat.

Omezení a nedostatek informací

Několik organizací uvádí omezení nebo nedostatečný přístup k politikám a informacím. Tato omezení mohou být způsobena velikostí a strukturou organizace nebo jinými faktory, které ovlivňují jejich schopnost komplexně provádět procesy hloubkové kontroly.

Jedinečné přístupy

Některé organizace popisují jedinečné přístupy, jako je zaměření na dodavatelské řetězce s nulovou kilometrží a používání recyklované příze, jako způsob, jak řešit lidská práva a environmentální aspekty. Tyto přístupy zdůrazňují inovace v oblasti udržitelných postupů.

Vládní podpora a financování

Jeden z respondentů zmiňuje nedostatek vládní podpory a financování udržitelných podnikatelských iniciativ. To naznačuje potřebu externí pomoci a finančních zdrojů pro zlepšení procesů náležité péče.

Souhrnně lze říci, že organizace v módním průmyslu uplatňují různorodé přístupy a postupy, pokud jde o náležitou péči v oblasti lidských práv a životního prostředí při zadávání zakázek a v dodavatelském řetězci. Zatímco mnohé z nich se zavázaly k udržitelnosti a využívají externí metody ověřování, jiné se mohou potýkat s problémy souvisejícími se zdroji nebo relevancí pro jejich specifický obchodní model.

Q22. Jakým hlavním výzvám čelíte při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů s ohledem na existenci procesů náležité péče o lidská práva a životní prostředí v prostorách vašich partnerů (výrobci, montážní závody, výrobci surovin, výrobci materiálů, logistika)?

Omezení velikosti a zdrojů

Mnoho organizací, zejména malých nebo rodinných podniků, uvedlo jako významný problém své omezené zdroje. Toto omezení se často vztahuje na dostupnost kvalifikovaného personálu a rozpočtová omezení, což ztěžuje přidělování zdrojů na činnosti hloubkové kontroly.

Omezená kontrola nad vzdálenými továrnami

Některé organizace vyjádřily problémy s uplatňováním kontroly nebo vlivu na vzdálené továrny nebo partnery v rámci svého dodavatelského řetězce. Tento nedostatek kontroly může ztěžovat zajištění konzistentních standardů a sledování jejich dodržování napříč geograficky rozptýlenými subjekty.



Spoléhání se na certifikace třetích stran

Jedna organizace se zmínila o tom, že se spoléhá na certifikace třetích stran v rámci požadavků náležitě péče. To naznačuje, že některé společnosti se mohou rozhodnout spoléhat na externí certifikace nebo normy jako způsob zajištění dodržování lidských práv a ochrany životního prostředí, a to potenciálně z důvodu omezených zdrojů nebo touhy po nezávislém ověření.

Omezená záruka za interní politiky partnerů

Jedna organizace zdůraznila problém, který spočívá v tom, že má renomované značky, ale není schopna zaručit své interní zásady. To podtrhuje obtížnost zajištění úplné transparentnosti a sladění postupů s partnery, což může být pro společnosti, které se snaží dodržovat přísné normy v oblasti lidských práv a životního prostředí, náročné.

Nedostatek znalostí mezi dodavateli

Některé odpovědi nepřímo naznačují, že dodavatelé mohou mít nedostatečné povědomí o významu a složitosti procesů náležitě péče v oblasti lidských práv a životního prostředí nebo jim nerozumí. Tato mezera ve znalostech může bránit účinné spolupráci a dodržování předpisů.

Obtíže při hledání kvalifikovaných pracovníků

Jedna organizace zmínila obtíže při hledání kvalifikovaných odborníků v textilním průmyslu, zejména z důvodu odchodu zkušených pracovníků do důchodu a nedostatku zájmu mladších osob. Tento nedostatek kvalifikovaných pracovníků může ovlivnit schopnost efektivně provádět činnosti hloubkové kontroly.

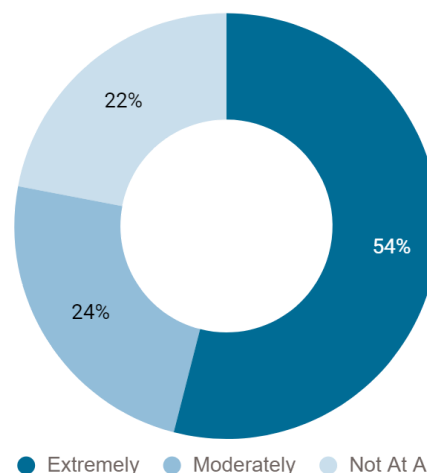
Nedostatek místních dodavatelů

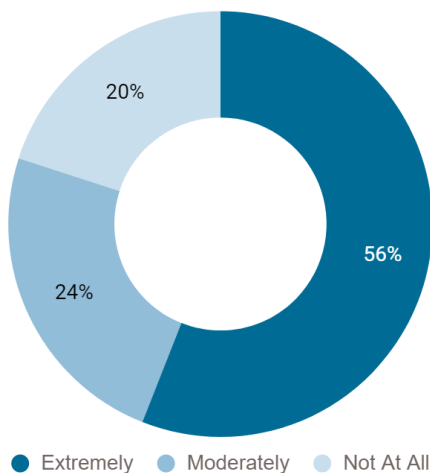
Několik organizací uvedlo, že nemohou najít místní dodavatele. To může vést k větší závislosti na vzdálených dodavatelích, což komplikuje monitorování a provádění procesů náležité péče.

Závěrem lze říci, že problémy spojené s procesy náležité péče v oblasti lidských práv a životního prostředí v dodavatelském řetězci módního průmyslu se často týkají omezených zdrojů, omezené kontroly nad partnery a potřeby externích certifikací. Řešení těchto problémů může vyžadovat iniciativy v rámci celého odvětví, spolupráci s partnery a inovativní řešení přizpůsobená specifickým omezením, kterým čelí malé a střední podniky.

Q23. Do jaké míry vaše společnost uplatňuje u svých dodavatelů/zásobovatelů zásady pro minimalizaci nadměrné spotřeby a odpadu v rámci nákupního a dodavatelského řetězce?

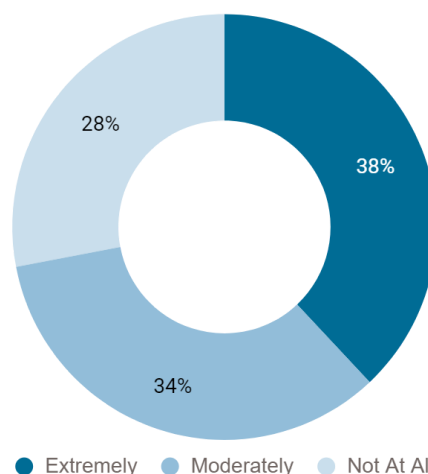
Zavedení nových obchodních modelů, které podporují dlouhověkost oblečení, prodloužení jeho životnosti a zpomalení spotřeby nového oblečení, jako je půjčování a další prodej.

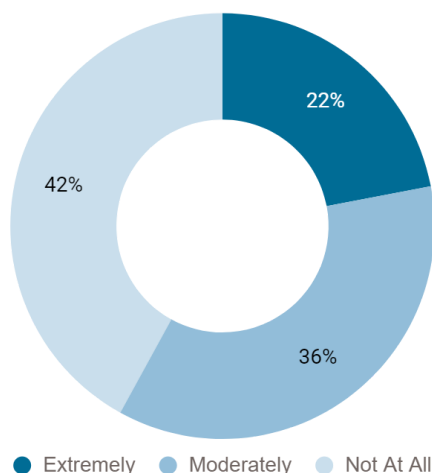




Odpady a recyklace
(obaly/kanceláře/zařízení/maloobchod a
výrobky/textil)

**Evidovat množství předvýrobního a povýrobního
odpadu, který vznikne ročně (např. odřezky,
zbytky, nitě, látky na konci role).**





Zaznamenat vodní stopu ve vlastních a provozovaných zařízeních společnosti (např. v sídle, maloobchodních prodejnách, distribučních centrech, skladech atd.).

Celkově z odpovědí vyplývá, že zatímco některé společnosti zavedly politiku minimalizace nadměrné spotřeby a odpadu ve značném rozsahu, jiné společnosti takovou politiku nepřijaly nebo ji přijaly v menší míře. Pokud jde o přijímání nových obchodních modelů, nakládání s odpady a recyklaci a měření odpadové a vodní stopy v rámci činností v oblasti nákupu a dodavatelského řetězce, existuje celá řada postupů a přístupů. K zajištění komplexního a důsledného provádění těchto politik v celém odvětví může být zapotřebí dalšího úsilí.

Q24. Popište, prosím, všechny stávající postupy a politiky prodejců/dodavatelů, které vaše organizace již používá s ohledem na minimalizaci nadměrné spotřeby a odpadů v rámci vašich činností v oblasti zadávání veřejných zakázek a dodavatelského řetězce.

Upcyklace a recyklace

Mnoho organizací se aktivně zabývá upcyklací stávajících materiálů nebo výrobků za účelem vytvoření nových. Tento přístup je v souladu s konceptem oběhového hospodářství, kdy se odpad snižuje opětovným využitím a prodloužením životnosti materiálů.

Bezodpadové postupy

Několik organizací přijalo postupy nulového odpadu, které zahrnují minimalizaci vzniku odpadu během výroby. To zahrnuje bezodpadové stříhání vzorů a efektivní využívání zbytků látek, aby nevznikal žádný nebo jen minimální odpad.

Odpovědné získávání materiálů

Důraz je kladen na odpovědné získávání materiálů. Některé organizace používají materiály s nižším dopadem na životní prostředí, například lněné tkaniny. Tím se nejen snižuje množství odpadu, ale také se minimalizuje ekologická stopa použitých materiálů.

Vzdělávání a osvěta

Mnoho organizací dává přednost vzdělávání svých zákazníků v oblasti udržitelnosti. To zahrnuje jejich informování o negativních aspektech módního průmyslu, správných pokynech pro péči o oblečení a odpovědných spotřebních návycích.

Místní výroba a malosériová výroba

Některé organizace zdůrazňují výhody místní výroby, jako je zkrácení dodacích lhůt a možnost vyrábět v malých množstvích. Tento přístup pomáhá minimalizovat nadprodukcí a plýtvání.

Spolupráce s odpovědnými dodavateli

Několik organizací uvádí spolupráci s malými společnostmi nebo dodavateli, kteří jsou známí svými udržitelnými postupy. To ukazuje, že dávají přednost partnerstvím, která jsou v souladu s jejich cíli udržitelnosti.



Přístup oběhového hospodářství

Převládá koncept oběhového hospodářství, kdy se organizace snaží vytvářet výrobky, které lze recyklovat donekonečna. Některé organizace také podporují recyklaci nebo upcyclaci svých výrobků, čímž zajišťují, že neskončí jako odpad.

Třídění a správná likvidace odpadu

Je zmíněno správné třídění odpadu a způsoby jeho likvidace, což zdůrazňuje závazek k odpovědnému nakládání s odpady.

Energetická účinnost

Některé organizace se zaměřují na energetickou účinnost a snižování spotřeby zdrojů během výroby, jak je vidět z iniciativ, jako je využívání zelené energie nebo energetických panelů.

Opětovné použití a pronájem výrobků

Několik organizací zkoumá možnosti opětovného použití a pronájmu výrobků, což je v souladu s myšlenkou prodloužení životnosti výrobků a snížení potřeby nové výroby.

Opětovné použití a pronájem výrobků

Několik organizací zkoumá možnosti opětovného použití a pronájmu výrobků, což je v souladu s myšlenkou prodloužení životnosti výrobků a snížení potřeby nové výroby.

Řízení mrtvých zásob

Několik organizací se zmiňuje o řízení mrtvých zásob, které zahrnuje prodej nebo darování přebytečných nebo neprodaných zásob, čímž se snižuje množství odpadu.

Design od kolébky ke kolébce

Některé organizace uplatňují přístup "od kolébky ke kolébce" a navrhují výrobky se záměrem, aby byly v budoucnu plně recyklovatelné a znovu použitelné.

Závěrem lze říci, že módní průmysl činí kroky směrem k minimalizaci odpadu a udržitelným postupům. Společné rysy zjištěné v odpovědích naznačují rostoucí závazek k oběhovému hospodářství, odpovědnému získávání zdrojů, vzdělávání a informovanosti. Tyto postupy jsou v souladu s širšími cíli udržitelnosti a přispívají ke snížení dopadu módního průmyslu na životní prostředí.

Q25. Jaké jsou hlavní problémy, kterým čelíte při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů s ohledem na minimalizaci nadměrné spotřeby a odpadu u vašich partnerů (výrobci, montážní závody, výrobci surovin, výrobci materiálů, logistika)?

Omezená kontrola a vliv

Mnoho organizací uznává, že je obtížné vykonávat kontrolu nebo ovlivňovat své partnery nebo dodavatele. Často spolupracují s menšími společnostmi nebo se spoléhají na předloženou dokumentaci, což naznačuje, že prosazování udržitelných postupů v celém dodavatelském řetězci může být kvůli omezené kontrole náročné.

Omezení zdrojů

Omezené zdroje, zejména finanční, brání organizacím v účinném zavádění a monitorování udržitelných postupů. To zahrnuje nemožnost navštěvovat prostory nebo provádět kontroly na místě, což poukazuje na problémy spojené s dostupností zdrojů.

Úvahy o nákladech

Vyšší náklady spojené se zaváděním udržitelných postupů jsou významnou výzvou. To naznačuje, že



	finanční důsledky zavádění ekologicky šetrných postupů mohou pro některé organizace představovat potíže.
Omezení trhu a dotace	Některé organizace se potýkají s problémy souvisejícími s přístupem na trh, zejména v regionech postižených krizí. Vyjadřují potřebu dotací a finanční podpory, která by usnadnila přijetí udržitelných postupů, což ukazuje na závislost na vnější pomoci při překonávání problémů souvisejících s trhem.
Orientace společnosti na udržitelnost	Několik organizací uvádí, že jejich společnosti nejsou orientovány na udržitelnost nebo transparentnost. To naznačuje nesoulad mezi současnými prioritami jejich organizace a zaváděním postupů a politik prodejců/dodavatelů pro minimalizaci odpadu.
Specifické provozní výzvy	Některé organizace poukazují na konkrétní provozní problémy související s nakládáním s plasty, složitostí upcyclace, likvidací odpadu a nedostatkem informací. Tyto výzvy poukazují na praktické obtíže, kterým čelí při zavádění udržitelných postupů.
Informovanost zákazníků	Uznává se, že povědomí zákazníků o postupech udržitelnosti hraje roli při utváření problémů, kterým čelí. Vzdělávání a vytváření povědomí zákazníků o významu udržitelnosti může být klíčovým faktorem.

Náklady na škálování

Několik organizací uvádí, že překážkou jsou náklady na rozšiřování udržitelných postupů. Toto zohlednění nákladů může ovlivnit jejich schopnost zavádět tyto postupy ve větším měřítku.

Nedostatek informací

Některé organizace uvádějí jako problém nedostatek informací. To může souviset s dostupností údajů nebo s nedostatkem znalostí o udržitelných postupech.

Zisk jako hlavní cíl

V některých případech je jako problém uváděno primární zaměření na zisk. To naznačuje, že silný motiv zisku může být někdy v rozporu s cíli udržitelnosti.

Souhrnně lze říci, že výzvy, kterým organizace čelí při zavádění postupů a politik prodejců/dodavatelů s cílem minimalizovat nadměrnou spotřebu a plýtvání v dodavatelském řetězci módního průmyslu, jsou složité. Zahrnují omezení kontroly a vlivu, omezení zdrojů, nákladové aspekty, otázky související s trhem, priority společnosti a specifické provozní obtíže. Řešení těchto problémů může vyžadovat kombinaci interního úsilí, externí podpory a celopodnikových iniciativ na podporu udržitelnosti v celém dodavatelském řetězci.

Q26. Triangulace: Dotazník tazatele

A. Jaké jsou nejdůležitější dovednosti a kompetence, které musí mít pracovníci nákupu/dodavatelského řetězce v daných společnostech, aby mohli řídit své prodejce a dodavatele v celém dodavatelském řetězci?

Odpovědi zdůrazňují, že zaměstnanci veřejných zakázek/dodavatelského řetězce ve firmách potřebují kombinaci inovativního myšlení, etické angažovanosti a praktických dovedností, aby mohli efektivně řídit dodavatele a dodavatele. Manažeři jsou vybízeni k tomu, aby se dívali dál než jen na status quo, což je příkladem inovace společnosti retexcycle vyplývající z nonkonformity, a aby do svých činností hluboce zakotvili transparentnost a poctivost. Dodržování a prosazování hodnot souvisejících s transparentností je považováno za klíčové, přičemž manažeři hrají klíčovou roli při zajišťování toho, aby se tyto zásady odrážely v každém procesu a partnerství, jako v případě společnosti Sepiia. Dále je zdůrazněn vliv značek na chování spotřebitelů, což naznačuje, že trendy směřující k transparentnosti a

udržitelnosti, jako jsou ty, které iniciovala společnost Hilaturas Arnau, mohou formovat požadavky spotřebitelů. Mezi základní dovednosti identifikované pro tyto pozice patří empatie a komunikační dovednosti, flexibilita, přizpůsobivost, řízení rizik, schopnost zjednodušit složité procesy dodavatelského řetězce, znalost finančního výkaznictví a IT procesů a kontrolních mechanismů a porozumění měření dopadů. Tyto dovednosti jsou nezbytné nejen pro efektivní provozní řízení, ale také pro vedení společností k etičtějšímu a udržitelnějšímu postupům.

B. Jaké jsou nejdůležitější potřeby zaměstnanců při řízení jejich prodejců a dodavatelů v celém nákupním a dodavatelském řetězci?

Odpovědi se zaměřují na nejdůležitější potřeby zaměstnanců při řízení dodavatelů a dodavatelů v rámci nákupního a dodavatelského řetězce a zdůrazňují mnohostranný přístup, který propojuje dodržování právních předpisů, zavádění technologií a strategické změny. Vzhledem k tomu, že evropská legislativa stále více upřednostňuje lidská práva a ochranu životního prostředí, stává se nezbytným, aby firemní postupy a politiky byly v souladu s těmito zákony. To vyžaduje, aby byli zaměstnanci dobře informováni o svých postupech, což podtrhuje důležitost technologií transparentnosti a sledovatelnosti pro splnění budoucích požadavků. Velkým společným doporučením je dekonstruovat a rekonstruovat své obchodní procesy s transparentností jako ústřední hodnotou, zatímco menší, rostoucí společnosti by měly tyto hodnoty zavést od samého počátku a navzdory problémům upřednostnit udržitelnost před ziskem. Tento závazek k udržitelným procesům, lidským právům a ochraně životního prostředí je klíčový. Kromě toho potřebují zaměstnanci interní právní posílení procesů, přístup k technickým zdrojům, silné komunikační dovednosti, hlubší porozumění dodavatelskému řetězci a odborné konzultace, aby mohli odpovídajícím způsobem upravit své strategie. Tyto prvky jsou nedílnou součástí pro orientaci ve vyvíjejícím se prostředí zadávání veřejných zakázek a řízení dodavatelského řetězce, zajištění souladu s novými předpisy a podporu kultury etických a udržitelných obchodních postupů.

C. Jaké jsou největší problémy zaměstnanců při řízení jejich dodavatelů a dodavatelů v celém nákupním a dodavatelském řetězci?

Pokud jde o největší problémy, kterým čelí zaměstnanci při řízení prodejců a dodavatelů v rámci celého nákupního a dodavatelského řetězce, je zdůrazněno několik klíčových problémů. Významnou výzvou je překonání setrvačnosti tradičních ekonomických modelů a vytvoření nových systémů, které respektují lidská práva a životní prostředí. Další velkou překážkou je zajištění financování na podporu udržitelnějších postupů, zejména proto, že vyšší náklady spojené s těmito postupy mohou ztížit soutěž s méně udržitelnými a levnějšími konkurenty. Zaznívá výzva, aby veřejné a soukromé subjekty podpořily tyto společnosti potřebnými zdroji k udržení správných postupů. Kromě toho představuje výzvu nedávné vytvoření právního rámce ze strany EU, zejména v Řecku, kde značky nebyly plně

informováni o nadcházející legislativě, která má vstoupit v platnost do roku 2024. Nedostatek národního dialogu o ekologickém a etickém přechodu značek vytváří mezeru ve vzdělávání o procesech transparentnosti. Tuto situaci ještě zhoršují potíže při spolupráci s dodavateli a prodejci, kteří se mohou zdráhat sdílet informace nebo sami nejsou o dodavatelském řetězci informováni. Tyto problémy zdůrazňují potřebu systémového přístupu, který zahrnuje finanční podporu, legislativní osvětu a spolupráci všech zúčastněných stran s cílem podpořit udržitelnější a transparentnější prostředí pro zadávání veřejných zakázek a dodavatelský řetězec.

7. Závěry



Po pečlivé analýze rozhovorů můžeme poukázat na následující problémy, se kterými se respondenti setkávají ve svých organizacích, pokud jde o jejich obchodní postupy a postupy jejich dodavatelů a partnerů v dodavatelském řetězci:

Transparentnost dodavatelského řetězce

Je třeba výrazně zlepšit transparentnost a komunikaci v celém módním průmyslu. Mnoho organizací stále zaostává v účinném informování o svých postupech v dodavatelském řetězci týkajících se lidských práv a životního prostředí. Posílení opatření v oblasti transparentnosti by mělo být pro organizace prioritou, protože je to klíčové pro budování důvěry u spotřebitelů a zúčastněných stran.

Ochrana lidských práv a životního prostředí

Organizace v módním průmyslu se značně liší v úrovni kontroly a provádění politik na ochranu lidských práv a životního prostředí. Je třeba přijmout další opatření a zlepšit postupy řízení dodavatelského řetězce, aby se zajistilo, že lidská práva a ochrana životního prostředí budou důsledně upřednostňovány.

Komunikace se spotřebiteli

Společnosti se liší v úsilí informovat spotřebitele o postupech dodavatelského řetězce týkajících se lidských práv a životního prostředí. Mnohé z nich musí výrazně posílit své iniciativy v oblasti transparentnosti a vzdělávání spotřebitelů. Vzdělávání spotřebitelů o významu udržitelných a etických postupů může podpořit větší poptávku po odpovědných výrobcích.

Politická angažovanost

Politické instituce se v oblasti ochrany lidských práv a životního prostředí v módním průmyslu angažují na střední úrovni. Je však třeba pokračovat v úsilí o posílení politické angažovanosti a regulačních rámců pro udržitelné postupy. Spolupráce mezi průmyslem a politickými činiteli může být zásadní pro prosazení pozitivních změn.



Provádění politik

Přestože mnoho společností zavedlo zásady etických postupů, stále je zde velký prostor pro zlepšení. Pro zajištění odpovědných postupů v celém dodavatelském řetězci je nezbytné tyto zásady průběžně vyhodnocovat a zdokonalovat. Společnosti by měly zvážit sladění svých politik s mezinárodními standardy a osvědčenými postupy, aby zvýšily své úsilí o udržitelnost.

Obecné výzvy

Organizace se potýkají s řadou problémů, včetně omezené kontroly, otázek transparentnosti, omezených zdrojů, nákladů, omezeného sdílení dat a certifikací. Menší společnosti čelí dalším výzvám, jako je dostupnost kvalifikovaných pracovníků a udržitelných textilií. Překonání těchto výzev vyžaduje inovativní řešení, spolupráci v odvětví a podporu menších podniků.

Odborová organizovanost a kolektivní vyjednávání

Společnosti musí řešit nedostatek politik na ochranu odborové organizace a kolektivního vyjednávání při zadávání veřejných zakázek a v dodavatelském řetězci. Ti, kteří v tomto ohledu zavedli politiky, prokazují závazek k ochraně práv zaměstnanců a tento závazek by měl být v odvětví rozšířenější.

Přijetí nových obchodních modelů

Společnosti začaly zavádět politiky podporující nové obchodní modely, které podporují dlouhou životnost oděvů a snižují spotřebu prostřednictvím pronájmu a dalšího prodeje. K dosažení trvalých změn je však zapotřebí větší integrace těchto modelů v celém odvětví.



Postupy při nakládání s odpady a recyklaci

Mnoho společností zavedlo zásady pro efektivní nakládání s odpady a recyklaci, což svědčí o jejich odhodlání minimalizovat produkci odpadů. To je pozitivní krok ke snížení dopadu průmyslu na životní prostředí. Je zapotřebí komplexnějšího monitorování a řízení spotřeby vody. To odráží rostoucí povědomí o důležitosti hospodaření s vodou v módním průmyslu.

Celkově lze říci, že módní průmysl vykazuje širokou škálu angažovanosti v oblasti transparentnosti a udržitelnosti, a to jak mezi lídry, tak mezi opozdilci. Celoprůmyslové iniciativy, sdílení znalostí a osvědčených postupů jsou klíčové pro podporu všech společností, aby do svých činností v dodavatelském řetězci začlenily politiku udržitelnosti. Řešení identifikovaných problémů je zásadní pro podporu transparentnosti, odpovědných postupů a environmentálního řízení v módním průmyslu.

8. Odkazy



- Asana 2012. Sdílení hodnot Není nic zvláštního [Dostupné na: <https://sharingvalue.wordpress.com/2012/03/13/theres-nothing-special/> (staženo 17. 2. 2016)].
- Doz, Olk a Ring. 2000. kolektivní strategie
- EU, 2022. Strategie pro udržitelný a oběhový textil https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy_en
- EU, 2022. Nařízení o ekodesignu udržitelných výrobků https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/sustainable-products/ecodesign-sustainable-products_en
- EU, 2021. Vyrobeno v Evropě; Partnerství v oblasti výroby v programu Horizont Evropa - Strategický program výzkumu a inovací (SRIA). Brusel: Evropská komise, [made_in_europe-sria.pdf](https://ec.europa.eu/made-in-europe-sria.pdf) (effra.eu)
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady EU, 2011. "Směrnice 2011/36/EU ze dne 5. dubna 2011 o prevenci obchodování s lidmi, boji proti němu a ochraně obětí, kterou se nahrazuje rámcové rozhodnutí Rady 2002/629/SVV" *Úřední věstník Evropské unie*, 14. dubna 2011, Brusel: EU.
- Eggers a MacMillan 2013 výkonnost SE obrát 2.1tril\$ světové ekonomiky, Se číslo roste 15,1% ročně.
- Globální síť pro investování s dopadem, 2015
- Globální index otroctví, 2018. *Globální index otroctví 2018*. USA: Walk Free Foundation
- Hamphreys, P et al. 2009. Spoluvytváření - nové cesty k hodnotě. LSE Enterprise. Příslib: Velká Británie
- Harding, R 2013. The Collaborative Entrepreneur. Cooperatives UK: Manchester [Dostupné na: https://www.uk.coop/sites/default/files/uploads/attachments/the_collaborative_entrepreneur.pdf (staženo 16. 2. 2016)].
- Hochstadter a Scheck, 2015; Teasdale 2012 trh sociálních investic.
- Kelley, B. 2012. Osvědčené postupy pro inovace od společnosti Microsoft. Microsoft. [Dostupné na: <http://www.innovationexcellence.com/blog/2013/10/02/best-practices-for-innovation-from-microsoft/> (Získáno dne: 17. 2. 2016)].
- Kolk, Rivera-Santos a Ruddin 2013 Partnerství
- London, T. 2008. Perspektiva základny pyramidy: Nový přístup ke zmírňování chudoby. Sborník příspěvků z výročního zasedání Akademie managementu 2008. [Dostupné na: <http://www.pitt.edu/~mitnick/MESM10/LondonBaseofPyramidAoM08Proceedings.pdf> (staženo 28. 2. 2010)].
- London, T. a S.L. Hart 2004. "Reinventing strategies for emerging markets: Journal of International Business Studies, 35: 350-370.
- Morris, D., 2020. *Driving Change Through Public Procurement; A toolkit on human rights for procurement policy makers and practitioners (Řízení změn prostřednictvím veřejných zakázek; soubor nástrojů o lidských právech pro tvůrce politik v oblasti veřejných zakázek a odborníky z praxe)*, Dánsko: Dánský institut pro lidská práva.



- Nahi, T. 2012. Spoluvytváření na úpatí pyramid. Sborník příspěvků z konference Corporate Responsibility Research 2012 [Dostupné na: http://www.crrconference.org/Previous_conferences/downloads/crrc2012nahi.pdf (staženo 28. 2. 2016)].
- Narayanan, V.K., Yang, Y. & Zahra, S.A. 2009. Podnikové riskování a tvorba hodnoty: S.: Přehled a navrhovaný rámec. Research Policy, Vol. 38, s. 58-76.
- Pasquinelli, I. 2012. Může být malé pro módní průmysl novým velkým? Professional Guardian. Ethical Fashion Consultancy [staženo na: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/blog/fashion-industry-trends-innovation-small-business> (staženo 17. 2. 2016)].
- Petkova, I. 2014. Spoluvytváření strategie v nových technologických režimech na internetu: Jak noví digitální podnikatelé ovlivňují vyspělé zavedené firmy v módním průmyslu. Doktorát z filozofie. Kolumbijská univerzita: NY .
- Prahalad, C.K. a Ramaswamy, V. 2004. Spoluvytváření jedinečných hodnot se zákazníky. Strategie a vedení. Roč. 32 (3), s. 4-9.
- Sborník pro výroční zasedání Akademie managementu 2016. Kognitivní legitimita podniků sociálního podnikání: Analýza podnikatelských plánů.
- Sborník pro výroční zasedání Akademie managementu 2016. Sociální podniky jako kolektivní akce: Mobilizace zdrojů pro úspěch na masovém trhu.
- Todeva, E. a Knoke, D. 2005. Strategické aliance a modely spolupráce. Management Decision, Vol 43(1).
- Wikström, Solveig 1996. Value Creation by Company-Consumer Interaction (Tvorba hodnoty prostřednictvím interakce mezi společností a spotřebitelem). Journal of Marketing Management, 12: 359-374.
- Zafeiropoulou, F.A. (2022) "How to Transform to Green, Digital, Sustainable, Ethical and Circular Business Supply Chains in the Textile and Fashion Industry Building on Systems Theory", Posto-Doctorate Research, Athens: Athens University of Economics and Business Department of
- Zafeiropoulou, F. a Moskoff, H., 2019. "Athens Pilot" in High Level Plenary Session 1: International and National Approaches in addressing modern slavery, forced labour and human trafficking risks in public procurement, *International Conference on Tackling Modern Slavery, Forced Labour and Human Trafficking in Public Sector Supply Chains*, Home Office UK, OSCE and Ethical Trading Initiative, 27. března 2019, Londýn: Konferenční centrum královny Alžběty II.
- Zafeiropoulou, F.A. (2016) "Social Franchising" in Hoy, F., Terry, A., and Perrigot, R. (eds) The Edward Elgar Handbook on Franchising USA: Edward Elgar Publishing
- Zafeiropoulou, F.A. (2013) Proces nového meziorganizačního formátu sociálního franchisingu z pohledu teorie sociálních sítí: Instituce, profil sociálního podnikání, inovace a argument zakotvenosti. Doktorát z filozofie. Výzkumný archiv Brunelovy univerzity: Middlesex [Dostupné na: <http://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/8970>].
- Zafeiropoulou, F.A. (pracovní dokument) "Scaling Strategies of Social Enterprises; The Social Franchise Model" International Small Business Journal (hodnocení 3*)
- Zafeiropoulou, F.A. a Soderquist, E.K. (pracovní dokument) "The Social Entrepreneurship Model; A systems approach of the dynamics of institutions and



embeddedness in social entrepreneurship formation" American Management Journal (4*rating).

- Zafeiropoulou, F.A. & Koufopoulos, D. (2014) "Vliv vztahového marketingového paradigmatu na řízení nového formátu kanálu s názvem sociální franchising: Journal of Developmental Entrepreneurship; Special Issue on Cultural Marketing and Entrepreneurship: New Frontiers for Global Business, Vol. 19(2) pp10-24
- Zafeiropoulou, F.A. & Koufopoulos, D. (2012) "The influence of the relational marketing paradigm on the governance structure of the novel channel format named Social franchising; A explorative qualitative analyses of four social franchises from the UK" International Journal of Social Entrepreneurship and Innovation (Inderscience Publishers) Vol. 1 No.4, pp.404-418.
- Zafeiropoulou, F.A. & Koufopoulos, D. (2013) "The influence of relational embeddedness on the formation of Social Franchising; An explorative qualitative analyses of four Social Franchises active in the UK from a social network theory perspective" Journal of Marketing Channels, Special Issue, Vol.20, No.1/2, pp.73-89.
- Zafeiropoulou, F.A. & Woods, A. (2012). Lze řešit otázky chudoby prostřednictvím vzniku vztahově zakotvených sociálních franšíz? In D. Halkias & P.W. Thurman (Eds.), Entrepreneurship and Sustainability (Podnikání a udržitelnost): (s. 185-198), Praha: Podnikatelská řešení pro zmírnění chudoby z celého světa. London: Gower Applied Research.

9. Přílohy

- I. Dotazník k případové studii**
- II. Dotazník osvědčených postupů**
- III. Dotazník pro tazatele**

Appendix I

TRA/MA - Case Study Questionnaire

This is a research conducted by Athens University of Economics and Business on Transparency on behalf of the European Commission Erasmus+ under the authorization code TRAMA 2021-1-EL01-KA220-VET-000032985

All data provided is confidential, protected by the University Research Code of Conduct and the relevant EU and National laws for handling personal and organizational information and data. The collection of data is performed through the partners of the University under this project who are equally bound by the same confidentiality terms. AUEB Ethics and Data Protection read [here](#).

Consortium: ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS - RESEARCH CENTER Greece, ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN SL, Madrid, Spain, Fashion Revolution Ceska republika ZS, Prague, Ceska republika, FRAMEWORK associazione culturale, Torino Italy, & We love you communication AB, Stockholm, Sweden.

Please view here the IP Agreements of all partners [here](#) and the GDPR rules and regulation [here](#).

Fashion Revolution publishes yearly the Fashion Transparency Index (FTI) scoring 250 of the biggest global brands. You can view here the list for FTI 2022 <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>.

TRANSPARENCY MANAGER is an innovative job profile, aimed at inserting sustainable and ethic practices in the Procurement and Supply Chain Management activities of the fashion value chain. A FASHION TRANSPARENCY MANAGER, is a professional specialized in understanding the fashion value chain and ensuring actors operating in it follow ethic, responsible and sustainable practices.

Your organisation is selected to participate at this research because you are considered a case example in ethical and sustainable supply chain management or/and procurement practices.

Please answer the following questions according to the practices and measures employed by your organisation with reference to the following topics.

Thank you for taking part in our research and helping us educate the Future Ethical & Sustainable Managers in the private and public sector!

* Indicates required question

Main information

1. City, Country *

2. Type of Organization (brand, retailer, service provider, tech, etc) & type of industry (fashion, furniture, cosmetics etc) *

Reply to the following questions based on your personal opinion

3. To what extent is your organization controlling the protection of human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors in your entire supply chain? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

4. To what extent does your company inform consumers about the protection of human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

5. To what extent are the political institutions (EU & national governments) involved in the protection of human rights and the environment in the premises of fashion businesses, suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

6. To what extent does your company place rules & regulations to protect human rights and the environment in the premises of your suppliers and vendors ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

The Following Section Refers to the Importance of the Protection of Labor and Human Rights in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

7. To what extent does your company implement the following vendors/suppliers policies for protecting decent work and purchasing practices across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To prevent Harassment & Violence	☐	☐	☐
To prevent Child Labour (Labour Rights & Policies)	☐	☐	☐
To prevent Forced & Bonded Labour	☐	☐	☐
To promote policies covering human rights standards and procedures across the supply chain	☐	☐	☐

8. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to protecting decent work and purchasing practices

9. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to protecting decent work and purchasing practices **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

10. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for protecting Unionisation & collective bargaining across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

11. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to protecting the rights of workers on unionisation & collective bargaining

12. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to protecting the rights of workers on unionisation & collective bargaining in **your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

13. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for Divesity & Inclusion across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

14. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to promoting diversity & inclusion (e.g. gender equality, equal pay, racial equality)

15. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to promoting the diversity & inclusion **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

The Following Section Refers to the Importance of Governance policies in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

16. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the accountability of a board member or the board committee for human rights and environmental issues across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval.

- ☐ Not at all
- ☐ Moderately
- ☐ Extremely

17. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the accountability of your board members or your board committee for the protection of human rights and environmental issues

18. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the accountability of your board members or your board committee for human rights and environmental issues in **your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)?

The Following Section Refers to the Importance of Traceability in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

19.

To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the traceability of products and services across your procurement and supply chain activities ?

*

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
Traceability of tier one factories	☐	☐	☐
Traceability of processing facilities	☐	☐	☐
Traceability of raw materials	☐	☐	☐

20.

Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the traceability of your products and services across your supply chain partners (e.g. digital passports, QR codes, etc)

21. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the traceability of your products and services across your supply chain partners

The Following Section Refers to the Importance of the Existence of Human Rights and Environmental Due Diligence Processes in the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

22. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the existence of human rights and environmental due diligence processes across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
for the involvement in due diligence processes by worker unions, women workers organisations, migration organisations	☐	☐	☐
Based on credible international standards such as the Ethical Trading Initiative Base Code, relevant UN and ILO Conventions, OECD Guidelines for Multinational Enterprises or the UN Global Compact	☐	☐	☐
To have specific supply chain facilities audit processes	☐	☐	☐
Cease, prevent, mitigate and remedy violations (FIX)	☐	☐	☐

violations

(FIX)
To have

whistleblowing
To have
or grievance
whistleblowing
mechanism

or grievance

mechanism

☐
☐
☐

23. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the existence of human rights and environmental due diligence processes across your procurement and supply chain activities

24. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the existence of human rights and environmental due diligence processes **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

The Following Section Refers to the Importance of the Minimisation of Overconsumption and Waste across the Organizations Supply Chain Activities

25. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the minimisation of the overconsumption and waste across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To adopt new business models that support clothing longevity, extended lifetime and slow down consumption of new clothing such as renting and reselling	☐	☐	☐
Waste & Recycling (Packaging/Office/Facility/Retail & Product/Textiles)	☐	☐	☐
To record the quantity of pre-production & post-production waste generated annually (e.g. offcuts, scraps, threads, end of roll fabrics)	☐	☐	☐
To record the water footprint in company's owned and operated facilities (e.g. head office, retail stores, distribution centres, warehouses, etc.)	☐	☐	☐

26. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the minimisation of the overconsumption and waste across your procurement and supply chain activities

27. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the minimisation of the overconsumption and waste **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)
-

The Following Section Refers to the Importance of the Integration of UN Sustainable Development Goals (UN SDGs) for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across the Organization Procurement and Supply Chain Management Activities

28. To what extent does your company implement vendors/suppliers policies for the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across your procurement and supply chain activities ? *

Mark only one oval per row.

	Not at all	Moderately	Extremely
To have a sustainable raw material strategy	☐	☐	☐
To reduce the virgin plastics for packaging	☐	☐	☐
To record the annual carbon footprint or GHG emissions in owned and operated facilities (e.g. head office, retail stores, distribution centres, warehouses, transport and mail orders, etc.)	☐	☐	☐

29. Please describe any existing vendors/suppliers practices and policies already used by your organisation with reference to the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) across your procurement and supply chain activities

30. What are the main challenges that you are facing in implementing vendors/suppliers practices and policies with reference to the Integration of UN SDGs for Climate Change and Biodiversity (SDG13 & SDG15) **in your partners' premises** (producers, assembly factories, raw materials producers, material manufacturers, logistics)

Thank you for taking part in our research and helping us educate the Future Ethical & Sustainable Managers in the private and public sector!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendix II

Transparency Manager in the Fashion Industry-TRAMA 2021-1-EL01-KA220-VET-000032985 Company description for the website

Fill in the following questions having in mind that this is how we will introduce your organisation in our website. This is public material and by filling in you consent to their usage on public channels for the educational project of TRA/MA funded by the European Commission.

* Indicates required question

1. What is the name of the organisation *

2. What is the description of the company *

3. What is the type of the organisation (retailers, wholesaler, producer, service provider, etc) *

4. what is your Facebook link *

5. what is your Instagram link *

6. what is your website link *

7. we would like to include a quote about your company: How important is it for you the protection of the climate, our planet and human rights" *

8. Please upload your logo *

Files submitted:

9. Please upload here 2 high quality photos that best represent your organisation. Please make sure that your photos have the title of your company. *

Files submitted:

Thank you for providing your communication material!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Appendix III

TRAMA Interviewers Questionnaire

This questionnaire refers to the knowledge you have gained from performing the 10 case studies.

Here you can write everything you have understood from the interviewees, from the website of the company and from the secondary data (website) search that you did on the company.

This section refers only to the role of the staff in a company that deals with vendors and suppliers (incl buyers, procurement staff, supply chain relationships staff)

** Indicates required question*

1. YOUR COUNTRY *

2. Interviewer name

This section of questions refers to what you have learned from the 10 cases that you have studied.

3. In my opinion, the staff of these case companies believe it important to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

4. In my opinion, society believes it is important for fashion businesses to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

5. In my opinion, the political institutions (EU & national governments) believe it is important for fashion businesses to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat Important
- ☐ Very important

6. In my opinion, the organisations that I researched have in place rules & regulations to protect human rights and the environment in the premises of their suppliers and vendors *

Mark only one oval.

- ☐ Don't know
- ☐ Not important
- ☐ Relevant
- ☐ Somewhat important
- ☐ Very important

7. What are the most important skills and competences that the procurement/supply chain staff in the case companies need to have in order to manage their vendors and suppliers in their entire supply chain? *

8. What are the most important needs of the staff in managing their vendors and suppliers across the entire procurement and supply chain? *

9. What are the biggest challenges of the staff in managing their vendors and suppliers across the entire procurement and supply chain? *

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms