

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2011

LUDMILA BŘEZINOVÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

HYGIENICKÉ POŽADAVKY NA TEXTILNÍ VÝROBKY PRO DĚTI DO 3 LET

HYGIENIC REQUIREMENTS AT TEXTILE GOODS FOR CHILDREN UNDER THREE YEARS OLD

Ludmila Březinová

KHT-793

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Marie Havlová, Ph.D.

Rozsah práce:

Počet stran textu... 42

Počet obrázků 13

Počet grafů..... 14

Počet stran příloh . 29

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Fakulta textilní

Akademický rok: 2009/2010

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ludmila BŘEZINOVÁ**

Studijní program: **B3107 Textil**

Studijní obor: **Textilní marketing**

Název tématu: **Hygienické požadavky na textilní výrobky pro děti do 3 let**

Zadávací katedra: **Katedra hodnocení textilií**

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

1. Formou rešerše zpracujte všechny dostupné informace z oblasti legislativy a metrologie týkající se požadavků na textilní výrobky určené pro děti do tří let.
2. Provedte marketingový průzkum zaměřený na zjištění obecného povědomí a uplatňování této problematiky v praxi. Zaměřte se na výrobce, prodejce i spotřebitele.
3. Navrhněte vhodnou informační kampaň, která by obecné povědomí o této problematice zvýšila.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: 30 - 40 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

Vyhláška Ministerstva zdravotnictví o hygienických požadavcích na hračky a výrobky pro děti do 3 let č. 84/2001 Sb. a její novela č. 521/2005 Sb.

Dědková, J.: Základy marketingu, skriptum TU Liberec, 2003. ISBN 80-7083-749-7

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Marie Havlová, Ph.D.

Katedra hodnocení textilií

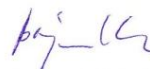
Datum zadání bakalářské práce: 30. října 2009

Termín odevzdání bakalářské práce: 3. května 2010



prof. RNDr. Aleš Linka, CSc.

děkan



Ing. Vladimír Bajzík

vedoucí katedry

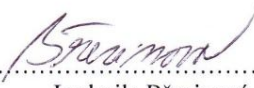
V Liberci dne 30. října 2009

Technická univerzita v Liberci
Fakulta textilní
Katedra hodnocení textilií

V Liberci 15.března 2010

Žádost o změnu termínu odevzdání bakalářské práce

Žádám o změnu termínu odevzdání bakalářské práce z 3.května 2010 na květen 2011.
Důvod odkladu: nesplněna zkouška ze základu účetnictví
Děkuji za vyřízení


.....
Ludmila Březinová

Vyjádření vedoucího práce:

s odkladem termínu souhlasím.



Vyjádření vedoucího katedry:

Souhlas


PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. O právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v Univerzitní knihovně TUL.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č.121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že TUL má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem TUL, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených univerzitou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše).

V Liberci dne 9. května 2011

.....
Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucí bakalářské práce Ing. Marii Havlové Ph.D. za konzultace a vstřícný přístup.

Děkuji také všem, kteří věnovali svůj čas k vyplnění dotazníku i těm, kteří se podíleli na jeho rozšíření.

ANOTACE

Tato bakalářská práce je zaměřena na dostupné informace o kvalitě textilních výrobků pro děti do tří let, vyskytující se na českém trhu a na metody, jakými zasahuje Česká republika do problematiky textilních výrobků. A na opatření, která zavedla Evropská unie pro ochranu spotřebitelů. Cílem práce je zjistit úroveň informovanosti a povědomí spotřebitelů o problémech textilních výrobků pro děti do 3 let.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Značka kvality, povědomí spotřebitelů, problematika textilních výrobků, výrobky pro děti do 3 let.

ANNOTATION

This thesis focuses on the available information about quality of textile products for children under three years that are available on the Czech market. This work also focuses on methods that Czech Republic uses to influence the textile products regulation. It further looks at the measures introduced by the European Union for consumer protection. The aim of this work is to determine the level of awareness and consumer awareness of the textile products issue for children under three years.

KEY WORDS:

The mark of quality, consumer awareness, the textile products regulation, products for children under three years.

Obsah

ÚVOD	10
1 Opatření České republiky pro ochranu spotřebitele	12
1.1 Česká obchodní inspekce (ČOI)	12
1.2 Certifikace	13
1.2.1 Certifikace povinná	13
1.3 Normy vztahující se k produktům	13
1.4 Výrobky pro děti do 3 let vztahující se k vyhlášce ministerstva zdravotnictví 521/2005 Sb.	14
1.4.1 Barvené a potištěné výrobky pro děti	14
1.4.2 Výrobky z textilií včetně netkaných textilií	15
1.4.3 Obuv	15
1.4.4 Hračky pro děti do 3 let	16
2 Opatření Evropské unie k bezpečnosti výrobků na trhu	18
2.1 Rapex	18
2.2 Ginetex	19
2.2.1 Cíle Ginetex	19
2.3 Sdružení Sotex	19
3 Textilní výrobky určené pro děti do tří let	20
3.1 Zdravotní nezávadnost pro děti do tří let	20
3.2 Výrobky pro děti do tří let	21
3.2.1 Textilní výrobky určené ke spánku či převážení dítěte	21
3.2.2 Oblečení	21
3.2.3 Boty	22
3.2.4 Pleny	22
3.2.5 Hračky	23
4 Program Česká kvalita u textilních výrobků	24
4.1 Hlavní cíle v programu Česká kvalita	25
4.2 Značky v Programu Česká kvalita objevující se na textilních výrobcích	25
4.2.1 Bezpečná hračka	25
4.2.2 Bezpečná a kvalitní hračka	25
4.2.3 Zdravotně nezávadná obuv	26
4.2.4 Czech made	27
4.2.5 QZ – Zaručená kvalita	27
4.2.6 Ekologicky šetrný výrobek	28
4.3 Ostatní značky kvality na českém trhu	28

4.3.1	Ochranná známka Český výrobek	28
4.3.2	Logo Český výrobek	28
4.4	Značky bez certifikace a garanta	29
5	Vyhodnocení dotazníků	30
5.1	Procentuální výsledky dotazníku od spotřebitele	30
5.1.1	Analýza dotazníků	33
5.1	Procentuální výsledky dotazníků od prodejců	38
5.1.1	Analýza dotazníků od prodejců	41
5.2	Procentuální výsledky dotazníků od výrobců	43
5.2.1	Analýza dotazníků od výrobců	44
5.3	Závěr dotazníků	46
6	Informační kampaň	48
6.1	Informační kanál Facebook	48
6.2	Prospekty v čekárnách pediatrů	49
6.3	Webová stránka s informacemi o této problematice	49
6.4	Televizní reklama	49
	Závěr	51

ÚVOD

Trh je v dnešním století přehlčen spotřebními výrobky nad výši poptávky. Spotřebitelé si mohou z velkého výběru produktů v různých cenových relacích vybírat. Závisí jen na jejich potřebách a finanční situaci. Lidé v nízké sociální vrstvě neutráci za výrobky moc peněz, raději zvolí levnější výrobek na úkor kvality produktu. Jsou i tací, kteří cenu neřeší a volí značkové zboží. Nebo spotřebitelé, kteří kupují výrobky kvalitní avšak za dobrou cenu. Člověk by měl brát na vědomí, že kdykoliv jde nakupovat a rozhoduje se mezi cenou nebo kvalitním výrobkem, měl by brát v potaz, že nekvalitním výrobkem může dojít i k ohrožení zdraví dítěte.

Mnoho výrobků se do České republiky dováží ze zahraničí např. z Číny, Polska a Vietnamu. Z různých informačních zdrojů se stále častěji dozvídáme o nekvalitních textilních výrobcích pro děti. Buď nevyhovují normám, výrobním předpisům, nebo vyhláске ministerstva zdravotnictví. Textilní výrobky (např. oblečení, hračky pro děti) často obsahují formaldehyd, který je zdraví nebezpečný. Ze zpráv dle Lidových novin [1], které se objevují v tisku, pak zákazníci mohou nabýt mínění, že v zahraničních dovozových zemích neexistují žádné normy nebo zákony, které by určovaly hranici mezi kvalitním výrobkem a zdraví škodlivým výrobkem. Mnoho výrobců v Číně si převzalo německé normy. Bohužel ne všichni výrobci se jimi řídí a pokuty při nedodržení norem nejsou automatické.

V České republice pro zvyšování důvěry u spotřebitelů výrobci používají různé značky kvality a certifikáty. Dále výrobcům pomáhají mediální prostředky, které zveřejňují výsledky z testů svého produktu a tím zvýší důvěryhodnost u potenciálních zákazníků.

Ochrana spotřebitelů je pro stát velice důležitá, proto existují dozorové orgány, které mají na starost kontrolu kvality produktů a při nedodržení předpisů nebo zákonů jsou udílány pokuty. Česká obchodní inspekce je jedním z dozorových orgánů pro dodržování předpisů zabezpečujících ochranu spotřebitele.

Cílem této bakalářské práce je zpracování dostupných informací z oblasti legislativy a metrologie týkající se kvality a bezpečnosti textilních výrobků pro děti do 3 let nabízených na trhu České republiky. Součástí práce je i vyhodnocení dotazníků, které nastíní situaci o všeobecné informovanosti spotřebitelů o kvalitě výrobků, jak spotřebitelé

nahlíží na kvalitu produktů nabízených na trhu, co je ovlivňuje při výběru zboží a zda se informují o výrobcích. Dotazníky pro prodejce, které nastíní situaci o výrobcích, které odebírají. Jaký je původ zboží, zda jsou protialergenní nebo bio, jakou značku kvality lidé upřednostňují a zde by uvítali zavedení speciálního piktogramu kvality, který by sjednotil orientaci zákazníků ve značkách kvality na českém trhu. Průzkum výrobců nám naznačí, jak dlouho jsou u nás na trhu čeští výrobci zboží pro děti, na kterou značku kvality mají certifikát k používání u svých výrobků, zda sledují, odkud jim dovozce přiváží materiál (popř. surovinu) a poskytují-li informace o výrobcích spotřebitelů nad rámec povinnosti.

1 OPATŘENÍ ČESKÉ REPUBLIKY PRO OCHRANU SPOTŘEBITELE

I přes úsilí vynaložené kontrolními orgány o zamezení výskytu škodlivých výrobků na trhu, se stává, že vlivem volného pohybu zboží na světovém trhu a nízkého počtu celních kontrol v evropských přístavech, se do prodeje dostanou i produkty závadné. Proto si spotřebitel musí dávat velký pozor při výběru výrobku a dostatečně se sám informovat. Každý textilní produkt musí být označen a opatřen dle sdružení ochrany spotřebitele [15] těmito informacemi:

- názvem výrobku v českém jazyce
- vlákenné složení u textilního výrobku
- identifikačními údaji výrobce nebo dovozce
- symboly údržby
- označení velikosti na výrobku

Potom se k produktům vztahují bezpečnostní předpisy, normy, zákony nebo technické normy, které musí produkt splňovat. Pokud laboratorní testy neprokáží shodu s předpisy, normami a zákony, jsou určeny k likvidaci. Kontrolu v určité míře provádí Česká obchodní inspekce a další kontrolní orgány.

Výrobky určené k prodeji nebo pro získání certifikátu, certifikační značky musí podstoupit kontrolu, kterou provádí vyškolení pracovníci v laboratořích. Textilní výrobky pro děti do tří let jsou posuzovány dle textilního zkušebního ústavu [14]. Kontrolují se mechanické, fyzikální, chemické vlastnosti, hořlavost, hygiena a radioaktivita.

1.1 Česká obchodní inspekce (ČOI)

ČOI dle výroční zprávy [3] zabezpečuje dozor nad dodržením podmínek stanovených zákonem. Zajišťuje vyhovující jakost a zdravotní nezávadnost u výrobků. Má na starosti kontrolu uváděných výrobků na trh, aby byly podle zvláštního právního předpisu opatřeny správným označením, popřípadě aby k nim byl vydán či přiložen dokument, který obsahuje informace o vlastnostech výrobku odpovídajících stanoveným technickým požadavkům anebo stanoveným zvláštním právním předpisům.

ČOI dle zpravodaje technické inspekce [13] provádí kontroly u výrobců, dovozců, distributorů a prodávajících. ČOI se zaměřuje na nebezpečné, zdravotně závadné a hygienicky nevyhovující výrobky, které se nesmí prodávat a nabízet.

1.2 Certifikace

Certifikace výrobku je postup dle Ing. Svatavy Horáčkové[8], který osvědčuje shodu jeho vlastností s technickou specifikací, to znamená, že osvědčuje jeho jakost minimálně na tzv. obvyklé úrovni. Certifikát osvědčující splnění požadavků na užitné vlastnosti a na bezpečnost výrobku, které jsou požadované danou technickou specifikací. Doložení vhodnosti výrobku pro daný účel použití, s cílem získat důvěru odběratele či spotřebitele, tj. v rámci nepovinné certifikace osvědčit splnění užitných, kvalitativních a hygienických vlastností výrobku stanovených technickým předpisem či normou.

1.2.1 Certifikace povinná

Výrobce je povinen podle zákona č. 102/2001 Sb. o obecné bezpečnosti výrobků a nebezpečných potravinářských výrobků v platném znění uvádět na trh jen bezpečné výrobky. Za bezpečný produkt se považuje zejména výrobek splňující požadavky zvláštního právního předpisu, který přejímá právo Evropských společenství a kterým se stanoví požadavky na bezpečnost výrobku nebo na omezení rizik, která jsou s výrobkem při jeho užívání spojena.

Nařízení vlády stanovují základní bezpečnostní požadavky na výrobky. Tyto požadavky jsou pak konkretizovány jednotlivými harmonizovanými nebo určenými normami.

1.3 Normy vztahující se k produktům

Obecné nároky vztahující se k bezpečnosti, zdravotní nezávadnosti výrobků apod., jsou obsaženy v normách, směrnících, předpisech atd. Ke každému produktu se vztahují jiné předpisy. U výrobků pro děti, u kterých je zvýšené riziko ohrožení lidského zdraví, jsou požadavky na bezpečnost daleko přísnější, dle vyhlášky ministerstva zdravotnictví [12] musí zajišťovat základní bezpečnostní požadavky, bezpečnou konstrukci, bezpečné chemické složení.

Základní požadavky na hračky jsou vymezeny harmonizovanými normami řady

ČSN EN 71 - 1 až 71 - 11. V oblasti zkoušení se textilní hračky posuzují podle norem:

ČSN EN 71 - 1 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 1: Mechanické a fyzikální vlastnosti.

ČSN EN 71 - 2 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 2: Hořlavost

ČSN EN 71 - 3 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 3: Migrace určitých prvků

ČSN EN 71 - 6 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 6: Grafická značka pro varovné označení věkové skupiny

ČSN EN 71 - 9 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 9: Organické chemické sloučeniny.

Požadavky.

ČSN EN 71 - 10 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 10: Organické chemické sloučeniny.

Příprava vzorků a extrakce.

ČSN EN 71 - 11 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 11: Organické chemické sloučeniny.

Analytické metody.

Podle normy ČSN EN 71 - 3 (94 3095) Bezpečnost hraček.

Část 3: Migrace určitých prvků se obsah formaldehydu stanovuje podle metod:

Část 1: Volný a hydrolyzovatelný formaldehyd,

Část 2: odštěpitelný formaldehyd (metoda absorpce vodní parou), Japonské metody MITI 122:1972, ČSN EN ISO 14184-1,2, STN 80 0290, GOST 25617 - 83, Vyhlášky MZ ČR č. 84/2001 Sb., příloha 10,12, STN 80 0055 (4.3) nebo STN 80 0054 (4.4).

1.4 Výrobky pro děti do 3 let vztahující se k vyhlášce ministerstva zdravotnictví 521/2005 Sb.

1.4.1 Barvené a potištěné výrobky pro děti

- nesmí být použita azobarviva dle vyhlášky [12], jejichž rozkladem vznikají rizikové aromatické aminy uvedené v příloze č. 2 vyhlášky ministerstva zdravotnictví.
- nesmí být použito barvivo, které je označeno standardními větami označujícími specifickou rizikovost. Nesmí být použita barviva uvedená v příloze č. 3 vyhlášky ministerstva zdravotnictví
- Požadavky na čistotu barviv a pigmentů používaných pro barvení a potisk textilií, včetně netkaných, použitých k výrobě výrobků pro děti stanoví příloha č. 4 vyhlášky ministerstva zdravotnictví

- Barviva a pigmenty použité k barvení povrchových úprav, plastů nebo elastomerů použitých při výrobě výrobků pro děti nebo při jejich potiskování či dekoraci musí být ve výrobcích pevně zakotveny
- Výrobky mohou být barveny sazemi, které svou čistotou vyhovují požadavkům stanoveným v příloze č. 5 vyhlášky ministerstva zdravotnictví. Obsah sazí ve výrobku nesmí přesáhnout 10 % (hmotnostních).

1.4.2 Výrobky z textilií včetně netkaných textilií

Ošacení se považuje za výrobek pro děti ve věku do 3 let ošacení do velikosti 110, včetně (kojenecký a dětský textil), vybavení pro kojence - dětské deky do kočárku, dětské osušky, kojící polštáře, nosící šátky, látkové pleny, plymo do kočárku, ložní textil, zavinovačky, polstrování v kočárcích, autosedačkách, anatomických lehátkách apod.,

- Výrobky z textilií včetně netkaných textilií nesmí překročit hygienické limity vyluhovacích zkoušek uvedené v příloze č. 10 vyhlášky ministerstva zdravotnictví.

1.4.3 Obuv

Uzavřená obuv o velikosti chodidla 105 až 165 mm - venkovní a domácí obuv, kombinace textilního, syntetického materiálu a přírodní usně a kožešiny.

- Nesmí být zhotovena dle vyhlášky [12] ze syntetických materiálů (výjimkou je koupací obuv, holiny a jiné)
- Materiály používané k výrobě svršku a podšívek při výrobě obuvi o velikosti chodidla 105 až 165 mm musí mít propustnost pro vodní páry minimálně 2,0 mg.cm⁻² h⁻¹.
- Materiály používané k výrobě stélek při výrobě obuvi o velikosti chodidla 105 až 165 mm musí mít absorpci vody nejméně 35 procent a desorpci vody nejméně 40 procent.
- Jednotlivé druhy materiálů používané k výrobě stélek a podšívek u obuvi o velikosti chodidla 105 až 165 mm nesmí překročit hygienické požadavky stanovené touto vyhláškou.
- Malá, resp. přiměřená hmotnost obuvi.

1.4.4 Hračky pro děti do 3 let

- Jedná se o hračky, u kterých je dle vyhlášky [12] pravděpodobné, že by mohly být vloženy dětmi do úst
- Hračky musí být s ohledem na svou povahu a způsob použití vybaveny návodem k použití, popřípadě k obsluze a čištění.

Hygienické požadavky na složení hraček

- Mohou se použít dle vyhlášky [12] pouze materiály a povrchové úpravy, které vyhovují hygienickým požadavkům stanoveným zvláštním právním předpisem.
- Hračky nesmějí obsahovat patogenní a podmíněně patogenní mikroorganismy.
- K výrobě hraček z měkčených plastů se nesmí použít organocínicí stabilizátory. K barvení materiálů hraček a k jejich dekoraci se nesmí použít azobarviva, jejichž rozkladem vznikají rizikové aromatické aminy uvedené v příloze č. 2 vyhlášky ministerstva zdravotnictví
- Z materiálů hraček a z povrchových úprav se nesmí uvolňovat barviva ani optická zjasňovadla

Ve vyhlášce Ministerstva zdravotnictví č. 521/2005 Sb., o hygienických požadavcích na hračky a výrobky pro děti ve věku do 3 let jsou dle vyhlášky ministerstva zdravotnictví [12] předepsané hygienické požadavky na hračky a výrobky pro děti do 3 let. Vyhláška obsahuje dvanáct příloh, ve kterých jsou napsané hygienické požadavky k jednotlivým materiálům na výrobku.

V příloze č. 1 vyhlášky ministerstva zdravotnictví je popsána zkouška odolnosti materiálu vůči působení potu a slin. Dva proužky zkoušené textilie přiloženým filtračním papírem se namočí do zkušebního roztoku modelujícího sliny a druhý pruh do zkušebního roztoku modelujícího pot. Poté se vzorek uloží na 2 hodiny do exsikátoru nad vodu při teplotě $(40 \pm 2) ^\circ\text{C}$. Po dvou hodinách se filtrační papír ze vzorku odlepí a zjišťuje se, zda došlo k jeho zabarvení. Pokud ani na jednom proužku papíru nejsou známky po obarvení, považuje se výrobek za "odolný vůči působení potu" a/nebo "odolný vůči působení slin" podle charakteru výrobku. V opačném případě se výrobek označí za "neodolný vůči působení potu" a/nebo "neodolný vůči působení slin".

V příloze č. 2 vyhlášky ministerstva zdravotnictví je seznam rizikových aromatických aminů, které vznikají rozkladem azobarviv. Pro barvení a potisk výrobků pro děti a hraček se nesmí použít azobarviva, jejichž rozkladem vznikají aromatické aminy.

Příloha č. 4 vyhlášky ministerstva zdravotnictví předepisuje požadavky na čistotu barviv a pigmentů používaných pro barvení a potisk textilií včetně netkaných při výrobě výrobků pro děti. Barviva používaná pro barvení a potisk textilií a netkaných textilií použitých při výrobě výrobků pro děti smí obsahovat nejvýše obsah kovů dle vyhlášky ministerstva zdravotnictví [19] v iontové formě.

V příloze č. 10 vyhlášky ministerstva zdravotnictví jsou limity vyluhovacích zkoušek z textilií a netkaných textilií použitých pro výrobky pro děti. Obsah volného formaldehydu ve výluhu nesmí hodnota překročit 30,0 mg v 1 kg materiálu. Hodnota pH výluhu, získaného třepáním textilie nebo netkané textilie v destilované vodě nesmí překročit limit 4,0 - 7,5. Změna stálobarevnosti barvených textilií nebo netkaných textilií musí vyhovovat následným stupňům šedé stupnice stálobarevnosti: v potu, v otěru: za sucha i za mokra. Dovoluje se provést opakované ověření změny stálobarevnosti po vyprání materiálu za podmínky: teplota praní podle symbolu pro ošetřování uvedeného na etiketě výrobku. Zkouška se provádí podle ČSN EN ISO 20105. V případě získání vyhovujících výsledků u opakované zkoušky ověřující změnu stálobarevnosti musí být výrobek označen způsobem uvedeným v § 4 odst. 1.

Příloha č. 11 vyhlášky ministerstva zdravotnictví určuje hygienické limity vyluhovacích zkoušek z přírodních usní a kožešin použitých pro výrobky pro děti. Hodnota pH výluhu rozmělněné přírodní usně nebo kožešiny v destilované vodě nesmí překročit limit 3,5 - 8,5. Přeměna stálobarevnosti barvených přírodních usní nebo kožešin musí vyhovovat následným stupňům šedé stupnice stálobarevnosti: v otěru za sucha i za mokra.

V příloze č. 12 vyhlášky ministerstva zdravotnictví jsou stanoveny hygienické limity vyluhovacích zkoušek na textilní materiály použité při výrobě hraček. Množství chemických látek stanovených ve výluzích z textilních materiálů hraček připravené vyluhováním do destilované vody, po dobu 1 hodiny, při určité teplotě nesmí překročit stanovené limity.

2 OPATŘENÍ EVROPSKÉ UNIE K BEZPEČNOSTI VÝROBKŮ NA TRHU

Evropská unie v databázi Rapex, viz logo Rapex obrázek 2.1, informuje o kvalitě dostupných výrobků na evropském trhu. Dle samosprávy [4] se jedná o informační systém o nebezpečných výrobcích, které mohou vést k ohrožení zdraví spotřebitele. Toto opatření by mělo zabránit uvádění nebezpečných produktů na trh.

2.1 Rapex

Vstupem do Evropské unie se Česká republika zapojila do spolupráce v tomto systému Rapex. Informací v systému Rapex je dostatečně, ale bohužel databáze není příliš rozšířená v povědomí spotřebitelů. Lidé získávají informace prostřednictvím recenzí nebo referencí od uživatelů. Celkově dávají přednost informacím z časopisů, internetu, televizních pořadů, než od ČOI nebo přímo z databáze Rapex.

Kromě Evropské unie chce i Čína dodávat bezpečné produkty na evropský trh. Proto dle obchodní inspekce [6] uzavřeli smlouvu mezi Evropskou komisí pro zdraví a ochranu spotřebitele s Čínským generálním úřadem pro kontrolu kvality, inspekci a karanténu. Tím se Čína zavázala zajišťovat bezpečnost produktů, především těch, které se vyvážejí do zemí EU. Pomocným nástrojem k odstranění nebezpečných výrobků, je on - line databáze Rapex, která je k dispozici i pro generální úřad pro kontrolu kvality v Číně. Čína poté může okamžitě zasáhnout a zajistit nápravná opatření v boji proti uvádění nebezpečných výrobků do zemí v EU.



Obrázek č.2.1: Označení databáze Rapex

2.2 Ginetex

Ginetex dle sdružení Ginetex [9] navrhl mezinárodně platnou péči a označující systém pro textilie na bázi symbolů. Péče o systém označování dává spotřebitelům a textilním společnostem správné informace o péči a o úpravu textilních výrobků. Ginetex sdružuje mnoho národních organizací, které představují textilní a maloobchodní odvětví a další zúčastněné strany zabývající se textilní péčí.

2.2.1 Cíle Ginetex

- definovat symboly pro ošetřování textilií
- definovat pravidla pro používání symbolů
- podporovat využívání symbolů označující správnou péči o výrobek
- získat všechny znaky a všechna práva ve vztahu k symbolům
- registrace všech značek, národních i mezinárodních
- zajistit ochranu pro značky a symboly

2.3 Sdružení Sotex

Členem asociace Ginetex, pověřen ke správě vlastnických práv k ochranným známkám symbolů údržby a ošetřování textilií v České republice. Sotex je vlastníkem známky QZ – Zaručená kvalita. Posláním dle sdružení Sotex [10] *„je rozvíjet a podporovat všechny aktivity, které přispívají k dodržování právních i etických pravidel na trhu s textilním zbožím. Zakladatelé Sotex v tomto směru působí nejen mezi svými členy, ale i v celém oboru majíce na zřeteli, že cílem jejich veškerého snažení je spokojený každý článek řetězce výrobce - obchodník - poskytovatel služeb údržby – spotřebitel. Sotex je dobrovolným sdružením právnických osob, jehož činnost je zaměřena na:*

- *zajišťování a rozšiřování trvalého označování textilu, oděvů a kožedělných výrobků symboly ošetřování a údržby a prosazování této povinnosti do zákonné úpravy*
- *koordinaci a vydávání pravidel pro označování*
- *propagaci symbolů údržby v obchodě a mezi spotřebiteli*
- *technickou normalizaci, týkající se údržby textilií*
- *spolupráci se zahraničními a mezinárodními organizacemi obdobného zaměření*
- *činnosti a realizaci projektů, zvyšujících úroveň trhu textilními, oděvními a kožedělnými výrobky v ČR a posilující dodržování zákonných norem a předpisů“*

3 TEXTILNÍ VÝROBKY URČENÉ PRO DĚTI DO TŘÍ LET

Každý spotřebitel má různé požadavky na textilní výrobky pro děti. Při výběru se může nechat ovlivnit módou, značkou, estetickým vzhledem, účelností nebo cenou. Textilní zboží vyrobené českým výrobcem bývalo známkou kvality a vysoké propracovanosti. Bohužel na českém trhu se zvyšuje konkurence a čeští výrobci se snaží cenově přizpůsobit, a proto snižují náklady na výrobu. To se poté odrazuje v použitých výrobních surovinách. České podniky s dlouholetou tradicí se snaží zachovat si svou úroveň v kvalitě textilních výrobků. Příkladem dlouholeté české firmy je Kaspo Prostějov.

Trendem dnešní doby je zdravý životní styl. Člověk dbá na zdraví své rodiny a sebe samotného a s tím roste i poptávka po ekologických produktech. Hračky pro děti vyrobené z biologicky odbouratelných látek se zabývá firma Kikko ® dle Petra Burdy [5], která je na trhu již od roku 1998. Výrobky této firmy splňují normy vydané vyhláškou ministerstva zdravotnictví 521/2005 Sb. a jsou držiteli potřebných osvědčení. Tato firma vyrábí hračky z textilie, které se vyrábí z biotextilie-biobavlna.

V souvislosti s ekologickými výrobky lze sehnat i hygienické pomůcky pro děti do tří let, vyrobené z certifikované biobavlny. V České republice vyrábí z biobavlny plenky firma Haipa-daipa.

3.1 Zdravotní nezávadnost pro děti do tří let

Výrobky dle sdružení Sotex [10] splňující požadavky vyhlášky 521/2005 Sb., podle níž výrobek nesmí přesahovat limitní hodnoty pH vodného výluhu a jiných škodlivých látek jako jsou formaldehyd, určité druhy těžkých kovů a aromatických aminů, které jsou odolné vůči potu a slinám, stálobarevné v otěru a v potu, mohou být označeny piktogramem nezávadnosti textilních výrobků pro děti do tří let, viz obrázek 3.1.



Obrázek č.3.1: Značka zdravotní nezávadnosti pro děti do tří let

3.2 Výrobky pro děti do tří let

3.2.1 Textilní výrobky určené ke spánku či převážení dítěte

Bezpečné místo na spaní je pro dítě na začátku zvláště důležité, protože ve své postýlce tráví velmi mnoho času. Při pořizování postýlky, kolébky, kočárku, doplňků do postýlky atd. musí spotřebitel věnovat pozornost kvalitě textilu na výrobku, protože i když postýlka nebo kočárek a další nejsou určeny ke kontaktu s dětskými ústy, často ke kontaktu však dojde. Proto spotřebitel musí při výběru výrobku dbát na to, aby textil na výrobku byl odolný proti slinám, hygienicky a zdravotně nezávadný. Dítě může spát dle Elizabeth Fenwickové [19] i na pravé ovčí kůži, která není sestříhaná a je čištěna speciální metodou, která zaručuje zdravotní a hygienickou nezávadnost, ukázka vlněného rouna, viz příloha G, obrázek G5.

Výrobky určené k přenášení nebo ke spánku dítěte: dětský košík na kolečkách, kolébka, přenosná taška, cestovní postýlka, „klokanka“, kočárek, autosedačka atd.

Doplňky do postýlek: matrace do postýlky, prostěradla nepropustná a bavlněná, ochranné polstrování, zavinovačky, ovčí kůže, povlečení atd.

3.2.2 Oblečení

Oblečení pro dítě by mělo být zásadně z bavlny dle Karin Schuttové [18], protože je dětská pokožka citlivá a syntetické materiály velmi špatně snáší a bavlna dokáže dobře regulovat tělesnou teplotu. Oblečení, které děti nosí navrch, může být ze směsových materiálů např. 50 % bavlny a 50 % jiného materiálu. Při koupi oblečení pro dítě by spotřebitelé při výběru měli dbát na to, aby výrobek byl zdravotně nezávadný a splňoval hygienické požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví 521/2005 Sb. Spotřebitelé se mohou orientovat podle značek kvality, které se na českém trhu vyskytují např. „QZ-Zaručená kvalita“, „Český výrobek“ nebo „Czech made“. Certifikovaná značka kvality dává spotřebiteli jistotu, že kupuje kvalitní výrobek přezkoumán třetí nezávislou stranou. Pokud spotřebitel raději upřednostňuje ekologickou stránku výrobku, může zvolit značku „Ekologicky šetrný výrobek“, který má taktéž certifikaci a je zdravotně nezávadný. Příkladem českého výrobce oblečení je firma Farmers, která získala certifikát k používání loga QZ-Zaručená kvalita, ukázka výrobku, viz příloha G, obrázek G1.

Oblečení: dupačky, košilka, tričko, tričko se zapínáním v rozkroku, svetřík, kombinéza na spaní, noční košilka, bunda, kalhoty, klobouk, čepice, rukavice, ponožky, punčochy atd.

3.2.3 Boty

Boty pro dítě do tří let jsou vhodné jakékoliv kožené nebo plátěné. Před koupí, se změří délka a šířka nohy, aby dítě bota netlačila, tak přidá se na délku chodidla 0,5-1,25 cm. Nebezpečné je kupovat boty z plastické hmoty dle Elizabeth Fenwickové [19], plast se nepřizpůsobí tvaru nohy jako je to u kožené obuvi, ale naopak noha se přizpůsobí botě. I boty mají na českém trhu certifikovanou značku kvality např. „Zdravotně nezávadná obuv“, při koupí obuvi s touto značkou si zákazník může být jist, že kupuje kvalitní nezávadný výrobek. Příkladem české firmy, která používá logo Zdravotně nezávadná obuv je výrobce Bokap, ukázka obuvi pro dítě do tří let, viz příloha G obrázek G2.

Typy obuvi: plátěné nebo kožené boty na ven, sandály, bačkory, gumové holinky atd.

3.2.4 Pleny

Existují dva typy plen, pleny na jedno použití a látkové pleny z tkaniny.

Jednorázové pleny mají spoustu výhod dle Karin Schuttové [18], lehčí zabalení dítěte, při cestování nebo návštěvách jsou praktičtější, není při přebalování zapotřebí moc velký prostor, odpadají činnosti: čištění, praní a sušení, a po použití se plena vyhodí. U batolat jsou praktické především z toho důvodu, že nejsou tak objemné a dítě se v nich může lépe pohybovat a vypadají lépe. Nevýhody jednorázových plenek: plenky nejsou ekologické k přírodě, finančně jsou dražší než koupě a údržba plenek tkaných a dítě může mít alergickou reakci na použitý materiál v plence.

Tkané plenky jsou vyrobené z froté materiálu (tvarované nebo čtvercové) nebo z mušelínu. Pro minimalizaci rizika poškození pokožky způsobené třením nebo vlhkostí se může vložit na plenku filtrační vložka, která propustí moč do plenky, avšak pokožka dítěte zůstává v suchu. Na plenky z tkaniny se oblékají pogumované kalhotky, které zabráňují zašpinění oblečení nebo ložního prádla, zašpiněnou plenkou. Příkladem českého výrobce používající logo QZ-Zaručená kvalita, je již zmíněná firma Haipa-daipa. Vyrábí tkané plenky, ukázka tkaných kalhotek, které se dávají přes plenky, viz příloha G, obrázek G3.

Látkové pleny podporují správný vývoj kyčelních kloubů dle Elizabeth Fenwickové [19], v případě podezření lékaře na špatné postavení kyčelních kloubů, dokážou postavení kloubu látkové pleny napravit. Froté pleny absorbují velké množství tekutiny. Další výhodou používání látkových plenek je ekologická ohleduplnost k přírodě.

3.2.5 Hračky

Hračky pomáhají dítěti poznávat svět a s jejich pomocí zvyšuje svou zručnost a rozšiřuje svoji obrazotvornost. Dozorové orgány ze zemí EU potvrzují, že dovozci a výrobci hraček na trh bohužel uvádějí i zdravotně závadné výrobky pro děti. Spotřebitelé by při výběru měli být opatrní, aby neohrozili zdraví dítěte. EU u hraček s bateriemi a plastu nařídila používání značky shody CE dle Patricka Zandla [17]. Značka shody CE zaručuje spotřebiteli koupi kvalitního výrobku přezkoušeného třetí nezávislou stranou, která prokazuje shodu s normami pro bezpečnost výrobků. Na českém trhu se objevují značky kvality u hraček např. „Bezpečné hračky“ nebo „Bezpečná a kvalitní hračka“, spotřebitel nákupem takto označeného výrobku si může být jist, že kupuje kvalitní, ověřenou hračku. V České republice je dostatek hraček vyrobených českými výrobci, tak dostává spotřebitel možnost volby, od kterého výrobce nakoupí. Hračky a jejich oddělitelné části určené pro děti do tří let musí mít takové rozměry, aby nemohly být vdechnuty či spolknuty. Příkladem českého výrobce je firma Hračky Rokytka, ukázka hračky, viz příloha G, obrázek G4.

4 PROGRAM ČESKÁ KVALITA U TEXTILNÍCH VÝROBKŮ

Podobně jako formuje ochranná opatření Evropská unie, rovněž i v České Republice je zavedený koncept ochrany pro spotřebitele, který sdružuje značky kvality a spotřebitel má záruku koupě kvalitního a bezpečného produktu.

Jedná se o program Česká kvalita, logo, viz obrázek 4.1. Jeho nejpodstatnějším úkolem dle Národní politiky kvality [7] je zdokonalit informace spotřebitelů a vyzdvihnout kvalitní výrobky vyskytující se na domácím trhu. Pro spotřebitele je tento program velkým pozitivem, mají lepší přehled v dostupných výrobcích. Z tohoto důvodu byl zřízen ucelený program značek kvality, který se od lživých značek používané některými výrobci rozlišuje. Drobné a střední firmy, které zachovávají dobrou kvalitu svých výrobků, mají výborné vyhlídky pro uplatnění na tuzemském i zahraničním trhu.

Na trhu se objevuje velké kvantum značek kvality jiných společenstev, sdružení a cechů. Proto jsou všechny značky kvality podmíněny prověřením kvality třetí nezávislou stranou, splňují-li požadavky pro kvalitní výrobek. O každou značku se stará pověřený správce. Většinou je to organizace, která po prověření kvality značku propůjčí.

Výrobce je povinen, v období účinnosti licence na používání značky, zabezpečit neměnnost kvality certifikovaných produktů. Správci značek jsou oprávněni provádět dohled nad certifikovanými produkty podobou inspekční kontroly, kde se odejme vzorek a v laboratořích se nechá prověřit, mají-li vzorky stále stejnou kvalitu a nemají-li jinou odchylku od bezpečnostních podmínek.

Logem Česká kvalita nemusí být označovány jen české výrobky ale i výrobky, které byly vyrobeny v zahraničí. Podmínkou ale je, aby splňovaly vlastnosti a bezpečnostní požadavky, které má program stanovené. Výrobce, který má licenci na používání loga Česká kvalita, je povinen, při použití loga současně užít i značku kvality. Tím značka dotvrzuje svoji důvěryhodnost. Program byl přijat rozhodnutím vlády České republiky. Řídící výbor je složený ze zástupců spotřebitelských organizací: České společnosti pro jakost, orgánů státní správy, Rady ČR pro jakost a Hospodářské komory ČR. Dohlíží na ne-strannost, objektivitu a nezávislost systému. Cílem programu je větší důvěryhodnost v kvalitní produkt pro spotřebitele.



Obrázek č.4.1: Značka Česká kvalita

4.1 Hlavní cíle v programu Česká kvalita

Sjednocení značek kvality dle předkládací zprávy [16] do programu Česká kvalita, vyskytující se na českém trhu. Propůjčení značky různým sdružením a certifikovaným orgánům. Zvyšování informovanosti spotřebitelů o výrobcích, které jsou k dostání na tuzemském trhu. V tomto programu je již 19 značek.

4.2 Značky v Programu Česká kvalita objevující se na textilních výrobcích

4.2.1 Bezpečná hračka

V programu Česká kvalita je dle Prof. Ing. Jaromíra Vebera [2] značka „Bezpečná hračka“, viz obrázek 4.2. Pro rozšíření projektu bezpečná hračka začal zakládající Italský ústav (IISG) vyhledávat partnery i ve východoevropských zemích. Následně se obrátil na Institut pro testování a certifikace (ITC) v České republice, která se přidala v roce 2004 k projektu „bezpečná hračka“. Proto mohou čeští výrobci a prodejci používat logo s nápisem „bezpečná hračka“ a tím upozorňovat spotřebitele, jak jsou jejich výrobky vysoce kvalitní a bezpečné. Toto logo je vymezeno pro veškeré výrobky přesně určené Směrnicí Rady 88/378/EEC. Garantem je ITC - Institut pro testování a certifikaci, a.s Zlín.

4.2.2 Bezpečná a kvalitní hračka

Dále je dle Prof. Ing. Jaromíra Vebera [2] v programu Česká kvalita značka „Bezpečná a kvalitní hračka“, viz obrázek 4.3. jejím cílem je řešení problémů v oblasti hraček, často se stává, že se na trhu objeví závadné hračky pro děti. Bezpečnost dětí a rozlišení kvalitních hraček od závadných byl hlavní důvod, proč tato značka vznikla.

Spotřebitel se mezi výrobky může lépe orientovat. Poznává, která hračka má zvýšenou úroveň bezpečnosti a kvality, díky logu „Bezpečná a kvalitní značka“. Výrobci, kteří zažádají o používání této značky, tak jejich výrobky musí splňovat normy týkající se bezpečné hračky a vyhlášky Ministerstva zdravotnictví o hygienických požadavcích na hračky a výrobky pro děti do 3 let. A ještě další vyhlášky, určující a upravující obsah chemických látek. Dále se výrobek zkoumá ve Zkušebním ústavu lehkého průmyslu, zda hračka vyhovuje i požadavkům na kvalitu. Zároveň se prověřuje i způsob výroby. Garantem je Technický a zkušební ústav stavební Praha, sp. - odštěpný závod Zkušební ústav lehkého průmyslu (ZÚLP).



Obrázek č.4.2: Logo Bezpečné hračky



Obrázek č.4.3: Logo Bezpečná a kvalitní hračka

4.2.3 Zdravotně nezávadná obuv

Následující značka patří také do programu Česká kvalita a je to dle Roithové [11] značka “Zdravotně nezávadná obuv - bota pro Vaše dítě“ s obrázkem žirafy, viz obrázek 4.4. Tuto značku mohou používat jak čeští výrobci, rovněž i zahraniční dovozci obuvi. Byla zavedena Českou obuvnickou a kožedělnickou asociací v roce 1997. Spolupracuje s ITC – Institut testování a certifikace. Skupina specialistů vymezila kritéria pro certifikaci produktů za dohledu České ortopedické společnosti. Kvalifikovaný antropolog s lékařem ortopedem se soustředí na konstrukční parametry certifikovaného typu. Komise, která posuzuje obuv, se skládá z obuvního technika, pracovníka biomechanické laboratoře a pracovníka hygieny. Pokud obuv komise schválila, pak tedy splňuje požadavky na hygienickou nezávadnost a na ortopedickou nezávadnost a je opatřena visačkou s logem „zdravotně nezávadná obuv“. Značka je dobrým ukazatelem pro rodiče dětí, že obuv je z kvalitních a nezávadných materiálů a konstrukčně vyhovující.



Obrázek č.4.4: Logo Zdravotně nezávadná obuv

4.2.4 Czech made

Tato značka oceňuje dle Prof. Ing. Jaromíra Vebera [2] řadu různorodých výrobků a služeb, viz obrázek 4.5. Potvrzuje, že výrobek nebo služba byly prošetřeny nezávislou třetí stranou a prošli stanoveným podmínkami, které odpovídají kritériím kvalitních výrobků a služeb na tuzemském trhu. Též korespondují s nynějšími nároky v oblasti ekologie a spotřeby energie. Značku garantuje Sdružení pro Cenu ČR za jakost.

4.2.5 QZ – Zaručená kvalita

Značka QZ – Zaručená kvalita se objevuje dle sdružení ochrany spotřebitele [15] na textilních, oděvních a kožedělných výrobcích. Tuto značku mohou po získání licence používat nejen výrobci a prodejci ale i čistírny a prádelny, viz obrázek 4.6. Výrobky označené tímto logem jsou v souladu s platným právním a technickým předpisem. Produkty jsou zdravotně nezávadné a jsou označené odpovídajícími symboly údržby. Tuto značku garantuje sdružení Sotex, který také určuje podmínky pro používání značky zaručená kvalita. Základem je získání certifikátu, ten vydává akreditovaný orgán Textilního zkušebního ústavu v Brně.



Obrázek č.4.5: Logo Czech made



Obrázek č.4.6: Logo Zaručená kvalita

4.2.6 Ekologicky šetrný výrobek

Dále se na trhu objevuje dle Prof. Ing. Jaromíra Vebera [2] značka Ekologicky šetrný výrobek nebo služba. Je také sdružena s programem Česká kvalita, viz obrázek 4.7. U výrobků, které jsou takto označeny, je při výrobě dbáno na zdraví spotřebitele a především na minimalizaci újmy životního prostředí. Výrobky označené tímto logem mají daleko více přísnější normy na životní prostředí a na zdraví člověka, než u ostatních výrobků, kde normu určuje zákon. Tuto značku garantuje Ministerstvo životního prostředí. Uděluje jí však česká informační agentura životního prostředí – CENIA, zároveň je odpovědným výkonovým orgánem.



Obrázek č.4.7: Logo Ekologicky šetrný výrobek

4.3 Ostatní značky kvality na českém trhu

4.3.1 Ochranná známka Český výrobek

Tato známka, viz obrázek 4.8. se objevuje na kterémkoli výrobku. Podporuje výrobu českých firem. Toto logo dává dle sdružení ochrany spotřebitele [15] výrobků záruku o: kvalitě, bezpečnosti a nezávadnosti výrobku, zaručuje, že výrobek byl vyroben v České republice občany České republiky, že splňuje zákonné normy, platí sociální a zdravotní pojištění na území ČR a daně, dodržuje reklamační řád a získal licenci na užívání ochranné známky Český výrobek pro konkrétní produkty.

4.3.2 Logo Český výrobek

Další značkou kvality objevující se na českém trhu dle Prof. Ing. Jaromíra Vebera [2] je logo Český výrobek, viz obrázek 4.9. Nacházet se může na jakémkoli výrobku. Používání loga na své výrobky získává podnik natrvalo, avšak je povinen splňovat přísná

kritéria a musí být vyroben českou firmou. Záměrem používání loga Český výrobek je podpora a odbyt výrobků pro české výrobce a zvýšení obliby u spotřebitelů.



Obrázek č.4.8: Známká Český výrobek



Obrázek č.4.9: Logo Český výrobek

4.4 Značky bez certifikace a garanta

Na českém trhu se objevují i klamná loga dle sdružení obrany spotřebitelů [15], viz obrázek 4.10 a 4.11, označující ekologický nebo zdravotně nezávadný výrobek. Značka není certifikovaná a nemá žádného garanta, který by testoval kvalitu takto označeného výrobku, protože výrobce si značku uděluje sám. Tudíž záleží na spotřebiteli, zda bude výrobci důvěřovat či nikoliv.



Obrázek č.4.10: Logo ekologii ku prospěchu



Obrázek č.4.11: Ekologicky nezávadné

5 VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

5.1 Procentuální výsledky dotazníku od spotřebitele

Spotřebitelský dotazník (viz příloha A), byl prováděn převážně v mateřských centrech a školkách ve městě Česká Lípa a v okolních obcích. Hlavní důvod proč byly zvoleny tyto zařízení, byl ten, že respondenti řeší problémy s výběrem textilního zboží pro děti do tří let. Tím pádem jsou nejlepší možní respondenti k vyplnění tohoto dotazníku.

Dotazník byl prováděn za účelem zjištění, jak zákazníci, tedy oslovení respondenti, se zajímají o kvalitu textilních výrobků pro děti do tří let a jak se orientují v informacích, které výrobce poskytuje o svém zboží. Respondenti mohou být v označení dezorientováni, a proto by uvítali sjednocení značek kvality. Dále bylo zjišťováno, co je při jejich výběru pro ně nejdůležitější, od kterého výrobce preferují nákup textilních výrobků a kde rádi nakupují.

Na vyplnění dotazníku se podílelo 410 respondentů, z nichž 73 % zastávaly ženy a 27 % byli muži. To, že většinový podíl oslovených respondentů zastupovaly ženy, můžeme pravděpodobně přičítat tomu, že právě ženy se nejčastěji vyskytují v mateřských centrech nebo děti častěji vyzvedávají ze školky. U žen byla nejčastější věková kategorie od 26 do 32 let a to 52 %, dále tvořila 23% skupinu kategorie od 33 do 40 let a 16% skupinu tvořily ženy do 25 let, nejméně žen (8 %) bylo nad 40 let. Z celkového počtu mužů bylo 52 % ve věku od 33 do 40 let, 25 % ve věku od 40 výš, 20 % ve věku od 26 do 32 let a nejméně mužů bylo do 25 let a to 4 %.

Dosažené základní vzdělání mělo 8 % oslovených respondentů, 43 % oslovených bylo vyučených bez maturity, 6 % mělo středoškolské vzdělání bez maturity, 30 % mělo středoškolské vzdělání s maturitou, 5 % dosáhlo vyššího odborného vzdělání a 8 % oslovených spotřebitelů mělo vysokoškolské vzdělání.

Na otázku č. 16 odpovědělo 42 % dotázaných respondentů, že má dvě až tři děti, 39 % odpovědělo, že má jedno dítě, 15 % nemá žádné dítě a 3% má více než čtyři děti. 18 % oslovených respondentů bylo ve věku od 26 do 32 let s jedním dítětem, 17% bylo ve stejném věku se dvěma až třemi dětmi a 16 % bylo ve věku od 33 do 40 let také se dvěma až třemi dětmi.

U otázky č. 17 se 44 % dotázaných zařadilo do skupiny, která má rodinný měsíční příjem od dvaceti do třiceti tisíc, 28 % spadá do skupiny od deseti tisíc do dvaceti tisíc, 16 % má třicet tisíc až třicet pět tisíc, 7 % má nad třicet pět tisíc a 5 % má rodinný příjem do deseti tisíc.

První otázka zjišťovala, zajímají-li se respondenti o kvalitu textilních výrobků pro děti. 67 % dotázaných odpovědělo ano (z toho 92 % bylo žen), že se zajímají o kvalitu textilních výrobků pro děti. Pouze 33 %, tedy třetina dotázaných odpovědělo ne. Z 33 % záporně odpovídajících bylo 66 % mužů.

Úkolem druhé otázky bylo zjistit, jak respondenti vnímají informace poskytované výrobcem o kvalitě kupovaných textilních výrobků pro děti. Na tuto otázku 33 % dotázaných odpovědělo, že informací je málo, 29 % dotázaných si informace vyhledává samo, protože jsou také pro ně informace od výrobce nedostačující. 21 % respondentů si myslí, že informace, které poskytuje výrobce o kvalitě svého zboží, jsou dostačující, 17 % dotázaných lidí zvolilo odpověď nevím (viz příloha D, graf D1).

Smyslem třetí otázky bylo zjistit, kde se dotazovaní respondenti dozvídají informace o kvalitě kupovaného výrobku pro děti. Nejvíce oslovených vyhledává informace na internetu na stránkách s recenzemi od jiných spotřebitelů. Tuto variantu zvolilo 39 % dotázaných. 21 % dotázaných vyhledává informace na internetových stránkách výrobců a prodejců. Dále respondenti (14 %) čerpají informace z televizních pořadů. Informace z tisku zvolilo také 14 %. Z webových stránek české obchodní inspekce čerpá informace 9 % oslovených respondentů a z jiných informačních zdrojů čerpá pouze 3 % dotázaných (viz příloha D, graf D2).

Smyslem 4. otázky bylo zjistit, jak se spotřebitelé vyznají v piktogramech určujících kvalitu textilních výrobků. Většina dotázaných (38 %) se v piktogramech nevyzná (viz příloha D, graf D3), 31 % respondentů odpovědělo, že některým piktogramům nerozumí, i odpověď ano získala 31 %. Z toho je to v 67 % žena s dosaženým středoškolským vzděláním až vysokoškolským vzděláním a s jedním a více dětmi.

Úkolem páté otázky bylo dozvědět se, jestli by respondenti uvítali zavedení speciálních piktogramů, které by sjednotily orientaci u textilních výrobků. Necelé tři čtvrtiny (74 %) respondentů odpovědělo ano, odpověď ne si vybralo 21 % dotázaných a 5 % lidí neví, jestli by uvítali sjednocení značek (viz příloha D, graf D4).

Na otázku šest, mají-li respondenti již nějakou zkušenost se závadnými textilními výrobky pro děti, odpověděli v 63 % ne a ve 37 % ano. Dotazovaní, kteří již mají zkušenost se zakoupením závadného zboží, v 79 % kupují výrobky u stánků a na tržnicích.

Sedmou otázkou se zjišťovalo, upřednostňují-li dotazovaní textilní výrobky vyrobené v České republice. Variantu ano zvolilo 56 % respondentů a odpověď ne 44 % lidí.

Smyslem osmé otázky bylo zjistit, kde nejčastěji respondenti nakupují textilní výrobky pro děti. V obchodním domě nakupuje 31 % oslovených respondentů, ve značkové prodejně 20%, v kamenném obchodě 14 %, na tržnici a u stánků 12 %, zbytek nakupuje přes internet, v „second handech“, z katalogů atd (viz příloha D, graf D5).

Devátá otázka byla orientována na znalost značek, které se objevují na textilních výrobcích pro děti. Nejvíce znají spotřebitelé logo QZ-Zaručená kvalita, tuto variantu zvolilo 33 % dotázaných, logo bezpečné a kvalitní hračky zná 15 % oslovených, ekologicky šetrný výrobek zná 13 % spotřebitelů, s logem zdravotně nezávadné obuvi se sešlo 12 % dotázaných, značku Czech made zná 10 % oslovených respondentů, značku český výrobek zná 9 % lidí, logo bezpečné hračky zvolilo 8 % dotázaných (viz příloha D, graf D6).

Desátou otázkou se zjišťovalo, který z faktorů je pro respondenty při výběru textilních výrobků pro děti nejdůležitější. U většiny dotázaných hraje hlavní roli při výběru kvalita, tato varianta získala 32 %. Důležitá je pro respondenty také cena, tato možnost získala 30 %. Varianta pohodlí dítěte měla 16 %. Značka je důležitá jen pro 8 % oslovených. Zdravotní nezávadnost zvolilo 7 % lidí, 3 % získal ekologický výrobek a po 2 % získaly faktory móda a jiné (viz příloha D, graf D7).

Jedenáctá otázka byla důležitá pro zjištění, jak vnímají respondenti rovnost mezi značkou a kvalitou výrobku. Myslí-li si, že značkový výrobek se rovná kvalitnímu výrobku. O značkových výrobcích má 61 % respondentů takový názor, že kvalita oděvu tomu vždy neodpovídá, 26 % dotázaných je přesvědčených, že značka oděvu se nerovná kvalitě, 7 % respondentů neví, jestli platí mezi značkou a kvalitou rovnost, 6 % respondentů má za to, že rovnost platí (viz příloha D, graf D8).

5.1.1 Analýza dotazníků

Kdo se nejvíce zajímá o kvalitu textilních výrobků pro děti? Závisí na tom vzdělání? U grafu č. 5.1 je zřejmé, že vzdělání spotřebitelů v zájmu o problematiku textilních výrobků pro děti určitou roli hraje. Nejvíce se o výrobky zajímají vysokoškolsky vzdělaní spotřebitelé, poté lidé s vyšším odborným vzděláním, pak středoškolsky vzdělaní spotřebitelé s maturitou, pak lidé vyučení a v poslední řadě se základním vzděláním.



Graf č. 5.1: Grafické znázornění zájmu o kvalitu textilních výrobků pro děti podle dosaženého vzdělání

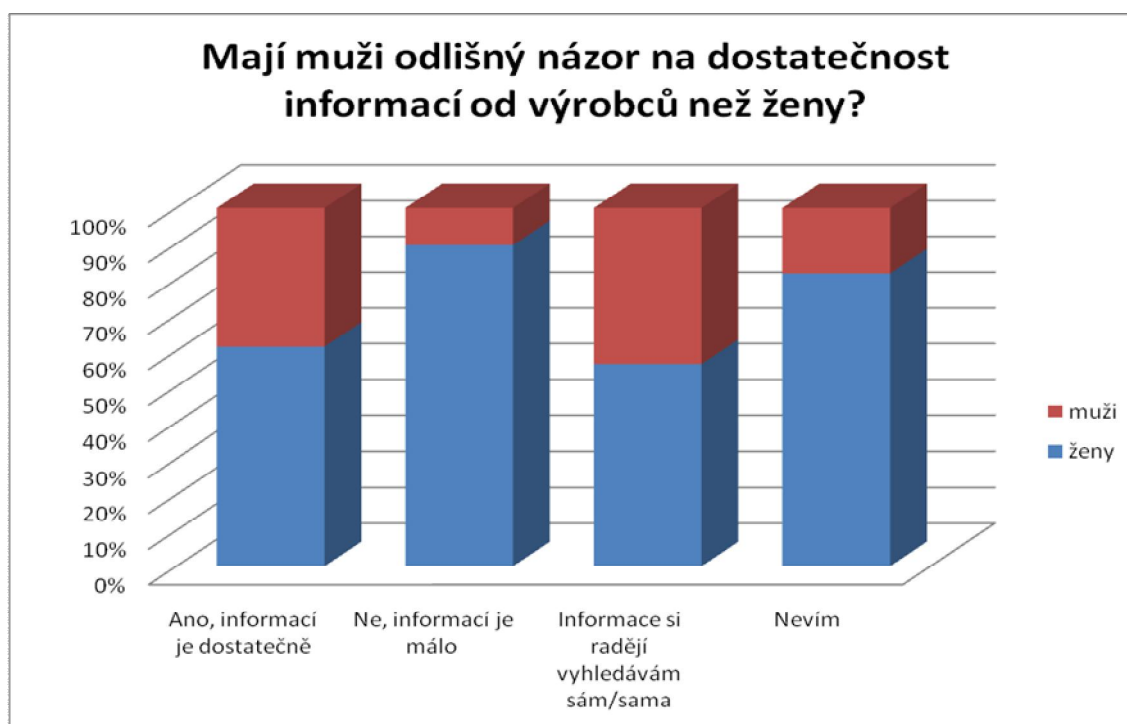
Z grafu č. 5.2 lze vyčíst, že lidé nemající dítě se o problematiku vůbec nezajímají, avšak rodiče s dětmi (z 92 % matky) jsou o této problematice z velké části informováni. Nejvíce se zajímají rodiče dvou až třech dětí, ale i velké procento rodičů s jedním dítětem mají též výborný přehled.

Dále bylo z dotazníku vyhodnoceno, zda dostačují informace, které poskytuje výrobce o svém zboží. Nyní s ohledem na pohlaví, věk a vzdělání.

Z grafu č. 5.3 je velmi dobře pozorovatelné, že právě ženám připadá, že informací je málo, nebo na to nemají názor, kdežto muži jsou spokojeni s informacemi, které poskytuje výrobce, pokud je některá informace nedostačující, vyhledají si informace individuálně.



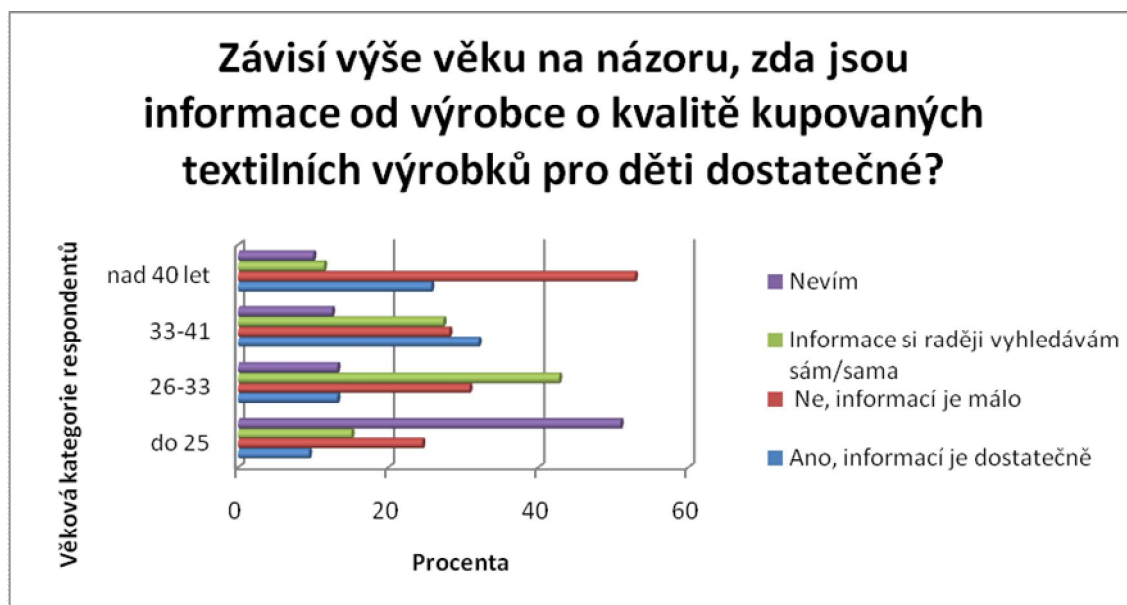
Graf č. 5.2: Grafické znázornění zájmu o kvalitu textilních výrobků pro děti podle počtu vychovávaných dětí



Graf č. 5.3: Grafické znázornění odlišných názorů dotázaných mužů a žen

Z grafu č. 5.4 lze vyčíst, jak informace od výrobců textilních výrobků vnímají různé věkové kategorie. Ve věku od 26 do 33 let si informace spotřebitelé vyhledávají raději sami pomocí internetu na webových stránkách uživatelů, kteří již mají s výrobkem nějakou

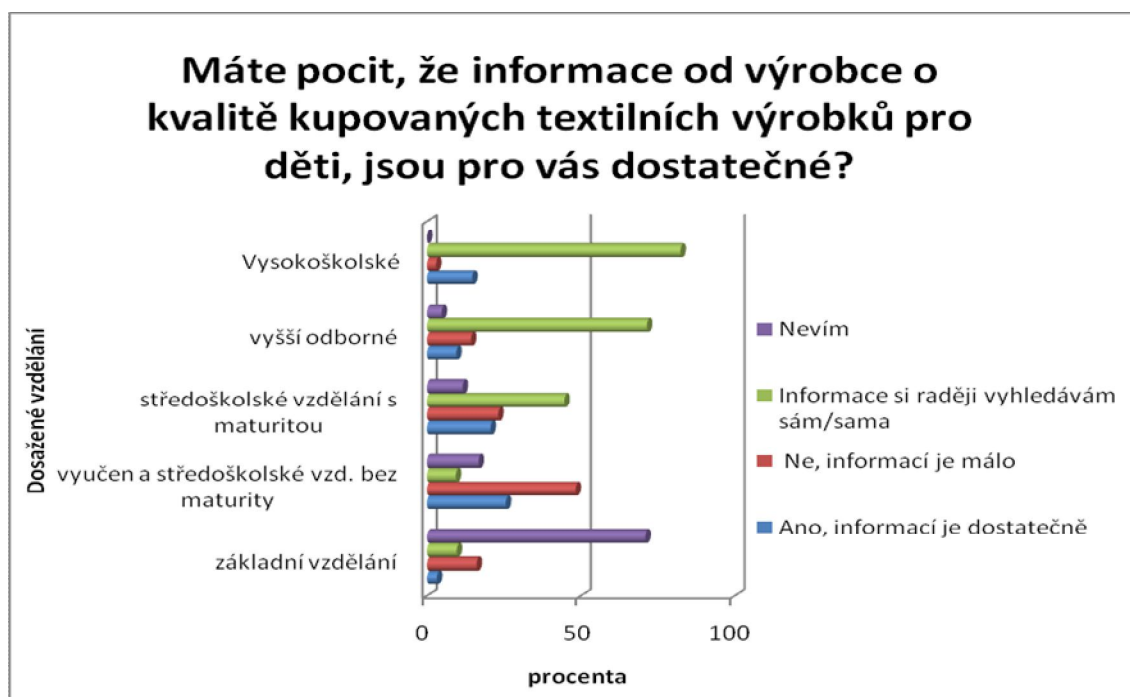
zkušenost a k výrobku napíše osobní ohodnocení. Kdežto u skupiny nad 40 let je způsob získávání informací pomocí internetu velice nízký. Respondenti do 25 let odpověděli v 50 % případech, že si nejsou jistí, zda jsou informace dostačující, pravděpodobně je to z toho důvodu, že většina oslovených do 25 let se touto problematikou nezabývá, jelikož nevychováva žádné dítě.



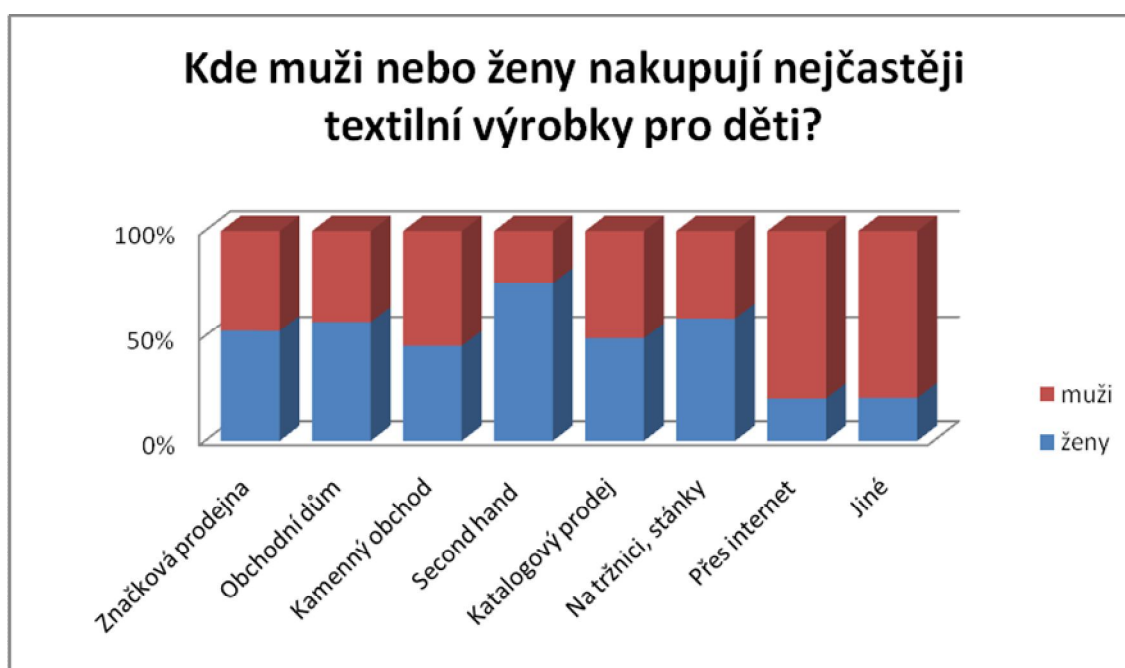
Graf č. 5.4: Grafické znázornění odlišných názorů respondentů s ohledem na věkovou kategorii

V dalším grafu se zjišťovalo, zda má vliv dosažené vzdělání na vnímání informací od výrobce. Dospělo se k závěru, že vysokoškolsky vzdělaný spotřebitel si raději informace vyhledává sám na webových stránkách, podobně to bylo i u respondenta, který má vystudovanou vyšší odbornou školu, znatelné to bylo též u středoškoláka s maturitou, ale u vyučeného byla tato odpověď nejméně častá. Vyučenému spotřebiteli nedostačují informace, které poskytuje výrobce o svých výrobcích téměř v 50 % případů. Respondent základně vzdělán vybral nejčastěji odpověď nevím, viz graf č. 5.5.

Na grafu č. 5.6 je rozdělení podle toho, kde muži nebo ženy nakupují nejčastěji textilní výrobky pro děti. Muži v porovnání s ženami raději kupují zboží pro děti v internetovém e-shopu nebo v kamenném obchodě. Zboží pro děti nenakupují v „secondhandu“ a na tržnicích u asijských prodejců. Naopak ženy upřednostňují právě secondhand a obchodní domy.



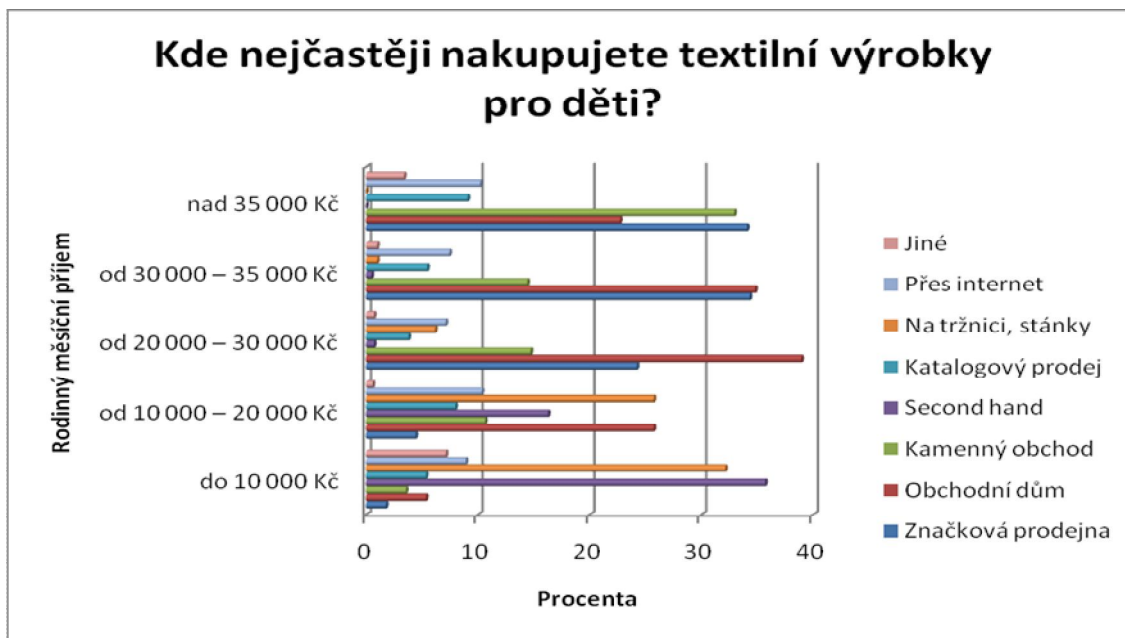
Graf č. 5.5: Grafické znázornění odlišných názorů s ohledem na dosažené vzdělání



Graf č. 5.6: Grafické znázornění nejčastěji volených obchodů mužů a žen

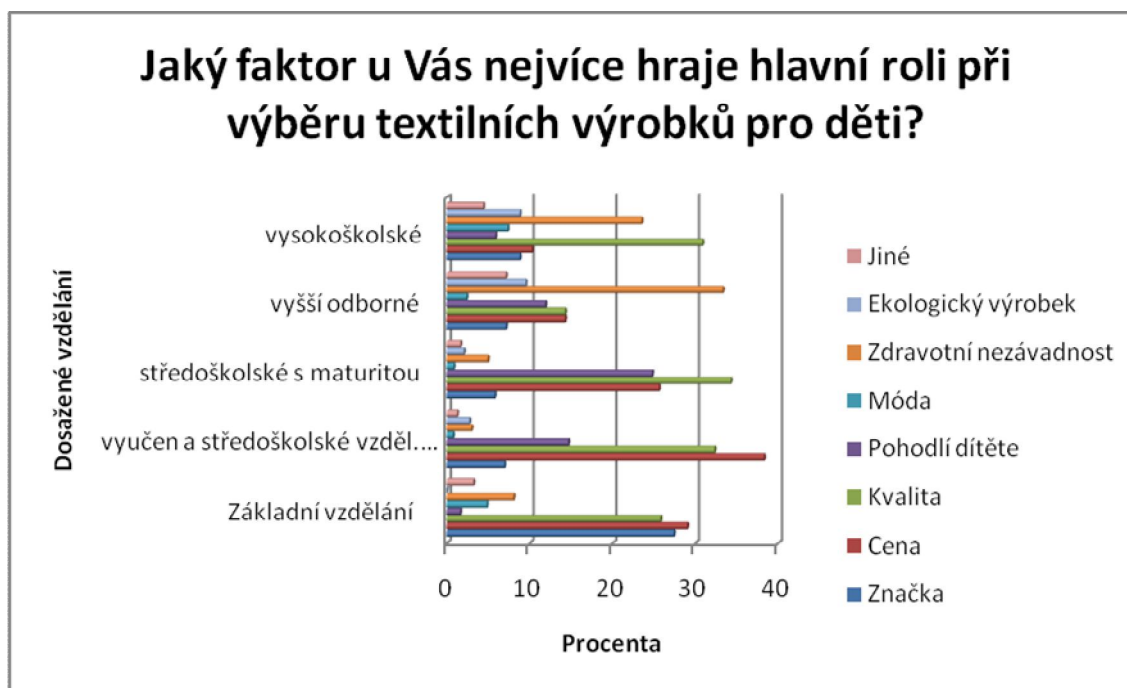
U dalšího grafu č. 5.7. je znázorněno, kde spotřebitelé nakupují v závislosti na jejich finanční situaci. Spotřebitelé s rodinným příjmem do 10 000 nejčastěji nakupují na tržnicích a v „secondhandech“. Úplným opakem jsou respondenti s příjmem vyšším než 35 tisíc, ti nejčastěji nakupují ve značkových prodejnách a v kamenných obchodech

a obchodních domech. Dotázaní respondenti s příjmem 20 až 30 tisíc nejčastěji nakupují v obchodních domech, ve značkové prodejně a v kamenných prodejnách. Dotázaní s příjmem od 30 do 35 tisíc upřednostňují značkovou prodejnu a obchodní dům. Koupě v obchodním domě je ve všech kategoriích vcelku oblíbená.



Graf č. 5.7: Grafické znázornění nejčastěji volených obchodů podle měsíčního rodinného příjmu

Porovnání dosaženého vzdělání spotřebitelů s faktorem, kterým se řídí při nákupu textilního zboží pro děti. Vysokoškolsky vzdělaní spotřebitelé kladou důraz především na kvalitu a zdravotní nezávadnost. Kdežto respondenti se základním vzděláním upřednostňují značku, cenu a kvalitu před ekologickou stránkou výrobku a pohodlím dítěte. Vyučení lidé dávají přednost ceně, kvalitě výrobků a pohodlí dítěte. Oslovení, kteří mají středoškolské vzdělání s maturitou, dávají přednost kvalitě, ceně a pohodlí dítěte před značkou a ekologickou stránkou výrobku, viz graf č. 5.8.



Graf č. 5.8: Grafické znázornění hlavního faktoru při nákupu zboží lidmi s rozdílným vzděláním

5.1 Procentuální výsledky dotazníků od prodejců

Dotazník pro prodejce textilních výrobků pro děti do tří let (viz příloha B). Průzkum byl prováděn převážně osobním dotazováním v prodejnách v Libereckém kraji a část průzkumu probíhala na bázi rozesílání dotazníků prostřednictvím emailové pošty.

Dotazník byl prováděn za účelem zjištění, zda prodejci textilních výrobků pro děti do tří let požadují k objednaným výrobkům certifikáty o zdravotní nezávadnosti a mají-li vůbec spotřebitelé zájem vidět ke kupovanému výrobku certifikát o zdravotní nezávadnosti a u kterého výrobku se zákazníci zajímají nejčastěji o nezávadnost. Dodavatel mohl odmítnout dát prodejci zmíněný certifikát což je též uvedeno v dotazníku. Dále bylo zjišťováno, zda prodejci ve svém sortimentu mají výrobky pro alergiky nebo výrobky z bio materiálů. Objednávají-li zboží vyrobené českými výrobci či nikoliv a upřednostňují-li některou ze značek kvality objevující se na českém trhu. Také bylo zkoumáno, mají-li prodejci dojem, že značek kvality je mnoho, a proto se zákazníci u nich špatně orientují, a zda-li by bylo vhodné zavést speciální piktogram kvality na sjednocení orientace kvalitních nezávadných textilních výrobků.

Na vyplnění dotazníku se podílelo 75 prodejců textilních výrobků pro děti do tří let. Na otázku č. 1 „Jaký typ obchodu provozujete“, odpověděli dotázaní prodejci následovně:

45 % oslovených prodejců má kamenný obchod s dětským zbožím, 16 % provozuje značkovou prodejnu např. Kenvelo, Next, C&A atd., 12% řídí obchod se zbožím z druhé ruky, 11 % jsou tržnice a stánky s asijským zbožím, 7 % dotázaných prodejců má internetový obchod, po 4 % má obchodní dům a jiné, 1 % prodejců prodává prostřednictvím katalogů (viz příloha E, graf E1).

Smyslem druhé otázky bylo zjistit, chtějí-li prodejci po výrobcích certifikáty dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví č. 521/2005 Sb. o zdravotní nezávadnosti u textilních výrobků. 42 % prodejců odpovědělo „ano od každého výrobce požadují certifikát“, 32 % dotázaných certifikát požaduje jen od nových výrobců, od kterých objednává poprvé, 11 % prodejců odpovědělo ne (v 63 % se jednalo o prodejce na tržnicích a u stánků), 7 % odpovědělo „je-li to tuzemský výrobce, tak certifikát nevyžadujeme“, dalších 7 % vybralo odpověď, že certifikát požadují jen od výrobců, kteří zboží vyrábí v Asii, 1 % dotázaných odpovědělo, že zřídka kdy chtějí certifikát potvrzující požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví (viz příloha E, graf E2).

Otázkou třetí se zjišťuje, stalo-li se, že by osloveným prodejcům výrobce odmítl dát certifikát o zdravotní nezávadnosti. Nejvíce procent získala varianta „ano, párkrát se to stalo“ a to 50 %, dále prodejci často volili „ne, nikdy s tím nebyl problém“, tato možnost získala 32 %, odpověď „ano, stává se to často“ zvolilo 18 % dotázaných prodejců (viz příloha E, graf E3).

Smyslem čtvrté otázky bylo zjistit, jsou-li k dostání v prodejnách výrobky pro alergiky. Většina prodejců (68 %) zboží pro alergiky neprodává. Kladně odpovědělo 32 % dotázaných. Prodejci, kteří ve svém sortimentu mají výrobky pro alergiky, jsou v 79 % provozovatelé kamenných obchodů s dětským zbožím.

Pátá otázka souvisí s otázkou čtvrtou, pokud prodejce prodává zboží z bio materiálu, tak s velkou pravděpodobností dítě s alergií může s tímto výrobkem přijít do kontaktu.

Jelikož se rodí velký počet dětí s alergií nebo s atopickým exémem. Úkolem páté otázky bylo zjistit, mají-li prodejci ve svém sortimentu výrobky s bio materiály, tyto děti potřebují daleko kvalitnější oděvy, pleny a lůžkoviny, tak se výrobky z bio materiálů začínají velmi často objevovat na trhu s textilním zbožím pro děti. 43 % dotázaných prodejců výrobky z bio materiálů prodává, 57 % respondentů bio výrobky neprodává.

Otázkou šestou se zjišťuje, zda se zákazníci ptají po certifikátu nezávadnosti k výrobkům a u kterých výrobků se ptají nejčastěji. V 59 % případů se zákazníci

na certifikát vůbec neptají a ve 41 % se ptají na certifikát o nezávadnosti (viz příloha E, graf E4). Nejčastěji (55 %) zákazníci chtějí vědět, zda mají certifikát o nezávadnosti autosedačky, přebalovací pulty a kočárky. Pravděpodobně je to z důvodu koupě dražšího výrobku, než je ostatní zboží. Dále se často ptají u výrobků plen a to ve 20 % případech, v 16 % se zákazníci ptají na boty a bačkory a po 3 % se ptají na dupačky, vrchní oděvy i lůžkoviny, ručníky.

Úkolem sedmé otázky bylo prozkoumat, jaký typ reklamace prodejci zákazníkovi uznají. Dotázaní prodejci vybírali druhy reklamací, který uznávají, počet odpovědí nebyl omezen. Nejvíce získala varianta „špatně vybraná velikost oblečení“ s tím, že ji prodejce vymění za správnou velikost, tato varianta získala 25 %, dále prodejci nabízí vrácení peněz do 14 dnů, je-li výrobek nenošený, do třiceti dnů může výrobek vrátit zákazník u 15 % prodejců. Při alergické reakci dítěte nebo pouští-li oblečení barvu reklamaci přijme 11 % prodejců, 8 % prodejců výrobek vyreklamuje, pokud zboží po první vyprání vybledlo, 6 % dotázaných akceptuje reklamaci u zboží, které se začalo párat, 4 % prodejců přijmou reklamaci, pokud zboží po vyprání změni původní velikost, a nejmíň procent získala odpověď „žádný z těchto problémů není důvodem k reklamaci“ (viz příloha E, graf E5).

Smyslem osmé otázky bylo zjistit, upřednostňují-li prodejci české výrobce či nikoliv. V 56 % české výrobce neupřednostňují a ve 44 % od českých výrobců objednávají raději.

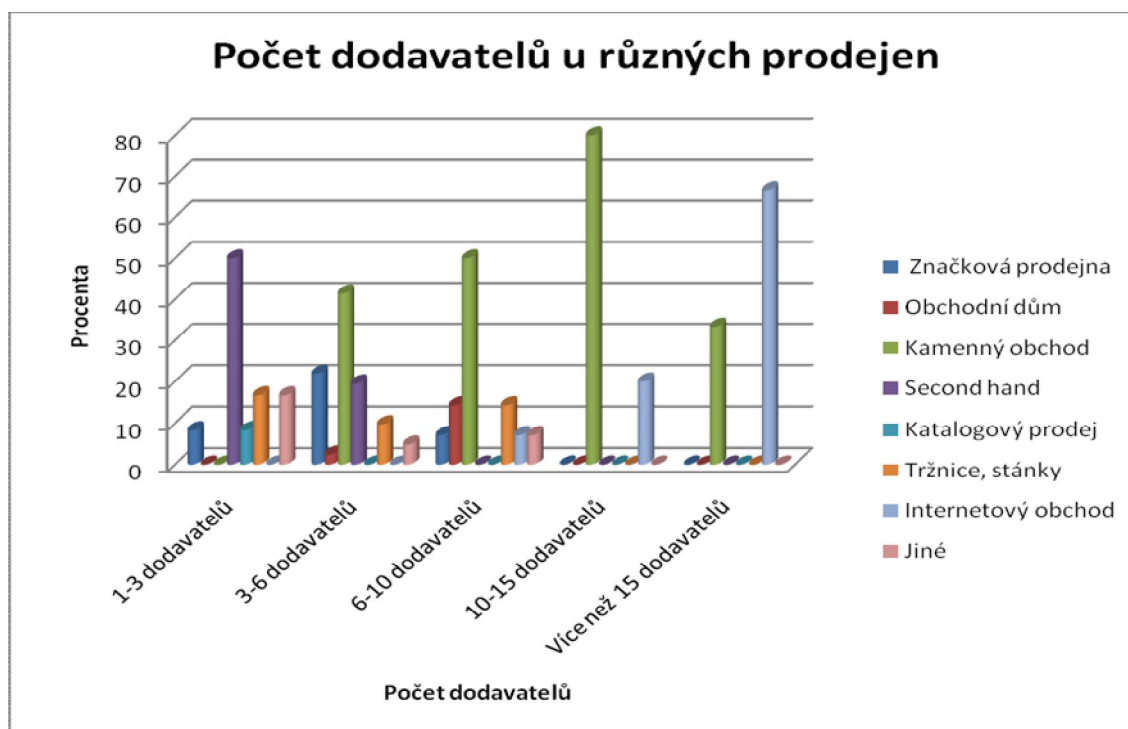
U deváté otázky se zjišťovalo, jakou značku kvality upřednostňují prodejci. Ve 30 % jinou značku než z uvedené nabídky, jedná se o značky jako je například správná hračka, bezpečná hračka a zdravotně nezávadná obuv, ve 21 % nepreferují žádnou značku kvality, v 19 % případů upřednostňují značku Zaručená kvalita QZ, po 8 % preferují značku Ekologicky šetrný výrobek a Český výrobek, po 7 % dávají přednost značce Czech made a značka shody CE (viz příloha E, graf E6). Prodejci, kteří neupřednostňují žádnou značku, jsou z největší části „secondhandy“.

Na desátou otázku, zda by uvítali zavedení nového piktogramu, který by sjednotil orientaci zákazníků, odpověděli z velké části ano a to v 81 % případech. Pouze 19 % dotázaných prodejců odpovědělo ne.

Jedenáctá otázka měla za úkol zjistit, od kolika dodavatelů prodejci zboží odebírají, odpověděli následovně: 54 % prodejců má 3-6 dodavatelů, 19 % má dodavatelů 6-10, 16 % dotázaných respondentů má 1-3 dodavatele, 7 % prodejců má 10-15 dodavatelů, a 4 % mají více než 15 dodavatelů (viz příloha E, graf E7).

5.1.1 Analýza dotazníků od prodejců

Nejmín dodavatelů mají „second handy“, stánky a jiné. Tři až šest dodavatelů dodává výrobky kamenným obchodům s dětským zbožím, secondhand, značkové prodejny a katalogový prodej. Od šesti až patnácti dodavatelů odebírá zboží kamenný obchod. Od více než 15 dodavatelů odebírá internetový obchod a kamenný obchod, viz graf č. 5.9. Kamenný obchod má převážně mnoho dodavatelů, je to pravděpodobně způsobené tím, že mají velkou škálu různých výrobků (např. kočárky, autosedačky, lůžkoviny, oblečení pro děti, osušky a boty). V mnoha případech právě v kamenném obchodě s dětským zbožím jsou k dostání věci i pro alergiky nebo výrobky z bio materiálů. Tito prodejci v kamenných obchodech upřednostňují především české dodavatele s certifikáty v programu česká kvalita.

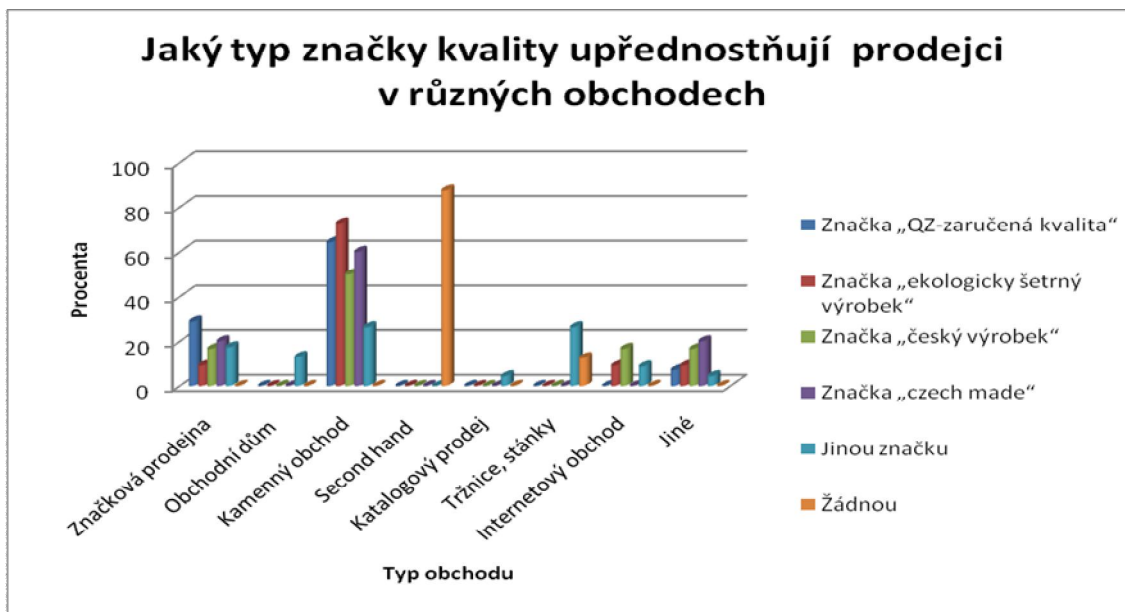


Graf č. 5.9: Grafické znázornění počtů dodavatelů pro obchody

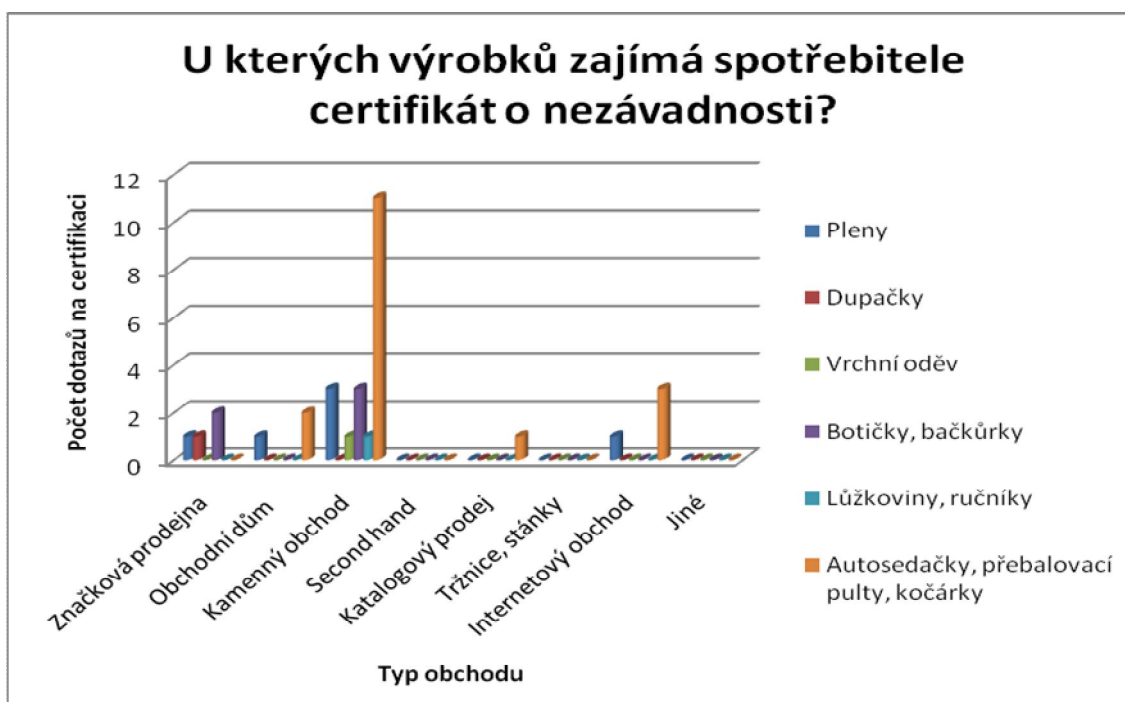
Prodejci v „sekáčích“ neupřednostňují žádnou značku kvality. V kamenných obchodech objednávají výrobky se značkami kvality jako je: „Ekologicky šetrný výrobek“, „QZ- Zaručená kvalita“, „Český výrobek“, „Czech made“ a jiné. Obchodní dům a tržnice, stánky preferují jinou značku kvality, viz graf č. 5.10.

Pouze 41 % prodejen vyplnilo, že spotřebitele zajímá certifikát o nezávadnosti. V ostatních obchodech jako je secondhand, tržnice nebo jiné se spotřebitelé o kvalitu výrobků nezajímají, viz graf č. 5.11. Spotřebitelé se nejčastěji ptají na certifikát

o nezávadnosti u výrobků, jakou jsou autosedačky, kočárky nebo přebalovací pulty. Pravděpodobně je to z toho důvodu, že jsou to výrobky poněkud dražší a z toho důvodu spotřebitelé při této investici požadují kvalitní výrobek. Valná většina dotázaných prodejců by uvítala zavedení speciálního piktogramu, který by sjednotil orientaci spotřebitelů. Spotřebitelé se často ptají na vysvětlení různých značek kvality, neboť některé neznají, a z toho důvodu produktu nedůvěřují.



Graf č. 5.10: Grafické znázornění preferovaných značek v obchodech



Graf č. 5.11: Grafické znázornění zájmu spotřebitele o certifikát nezávadnosti

5.2 Procentuální výsledky dotazníků od výrobců

Dotazník pro výrobce textilních výrobků pro děti do 3 let (viz příloha C), průzkum byl prováděn na bázi rozesílání dotazníků prostřednictvím emailové pošty. Dotazování bylo uskutečněno za účelem zjištění, jak dlouho výrobci působí na českém trhu, které výrobky produkují, v jakých zemích nejvíce působí, zda dodávají výrobky s příslušnými certifikáty potvrzující zdravotní nezávadnost, zajímají-li se o původ surovin popřípadě materiálu, z kterého pak výrobky vyrábějí. Jaké informace uvádějí u svého zboží, je-li tam i návod k likvidaci výrobku. Zda preferují některou ze značek kvality vyskytující se na českém trhu a mají-li pocit, že značek kvality je mnoho, že by uvítali zavedení speciálního piktogramu o zdravotní nezávadnosti, který by sjednotil orientaci zákazníků u textilních výrobků pro děti do tří let.

Na vyplnění dotazníku se podílelo 16 výrobců. U otázky č. 1 se zjišťovalo, jak dlouho firma působí na českém trhu. Nejvíce odpovědi získala možnost více než 7 let, tuto variantu zvolilo 38 % dotázaných výrobců. Dále 31 % výrobců na českém trhu působí již 4 - 7 let a 19 % získala odpověď první rok, 12 % odpověď 1-3 roky (viz příloha F, graf F1).

Úkolem 2. otázky bylo zjistit, které výrobky dotázaní respondenti vyrábějí. Měli možnost vybrat více odpovědí. Výrobci nejčastěji vyrábí hračky pro děti, tuto variantu zvolilo 19 % dotázaných výrobců, 17 % výrobců se zaměřuje na výrobu lůžkovin a zavinovaček pro děti, 11 % dotázaných vybralo odpověď oblečení pro děti, v 8 % se výrobci specializují na pleny, po 6 % vyrábí výrobci boty pro děti, ručníky a osušky a autosedačky, 5 % odpovědi získala varianta kočárky. Varianta jiné získala 22 %, v této kategorii jsou například výrobky: kapsáře, dekorace, kousátka, chodítka, atd. (viz příloha F, graf F2).

Třetí otázka zjišťovala, ve kterých zemích se jejich výrobky nejvíce prodávají. Většina výrobců (69 %) napsala, že působí na tuzemském a slovenském trhu, 31 % výrobců dodává výrobky i do jiných států, např. do Německa, Rakouska, Francie a Velká Británie.

Úkolem 4. otázky bylo zjistit, zda výrobci k výrobkům přidávají certifikáty potvrzující požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví. Ve většině případů výrobci odpověděli, že k výrobkům certifikát přidávají, a to v 81 % případů, 13 % výrobců odpovědělo, že certifikát přidávají pouze k některým výrobkům, 6 % výrobců odpovědělo záporně, tudíž tato část k výrobkům žádný certifikát nepřidává (viz příloha F, graf F3).

Smyslem páté otázky bylo zjistit, kolik a jaké údaje výrobce poskytuje o svém zboží spotřebitelům, uvádí-li informace nad povinný rámec. 88 % dotázaných výrobců ke svým produktům uvádí povinné informace například: symboly údržby, materiálové složení, 13 % respondentů ke svým výrobkům uvádí více údajů než je povinnost. Spotřebitel se může dozvědět značku kvality výrobku, původ materiálu, z kterého je výrobek vyroben, nebo informace o možnosti reklamace.

Na otázku šest, dávají-li výrobci k výrobkům návod k likvidaci, odpovědělo 56 % výrobců ano a 44 % odpovědělo, že ne.

Otázkou sedmou se zjišťovalo, zda při objednávání surovin výrobci zkoumají původ, 50 % výrobců odpovědělo ano, že vždy sledují odkud je surovina dovezena, 25 % výrobců odebírá pouze materiál nebo suroviny, které jsou pěstovány v bio podmínkách, 13 % respondentů sleduje původ surovin jen v případě, že je surovina určena na výrobu produktu pro alergiky, 6 % nesleduje původ suroviny, a rovněž 6 % dotázaných respondentů vybralo odpověď jiné (viz příloha F, graf F4).

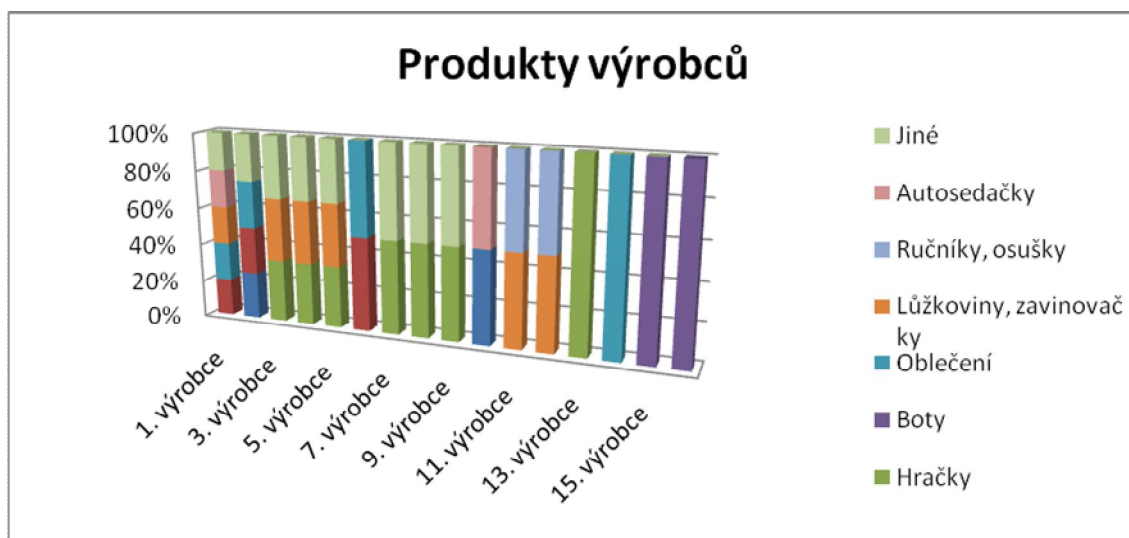
U otázky osm se zjišťovalo, kterou značku kvality výrobci upřednostňují a používají-li ji na označení svých produktů. Nejvíce získala odpověď jiné a to 38 %, pod touto variantou jsou například značky zdravotně nezávadná obuv, bezpečné hračky, správná hračka, bezpečná a kvalitní hračka, Ekoznačka EU – The Flower (květina). Dále výrobci ve 25 % preferují značku zaručená kvalita QZ, ve 13 % případů používají značku shody CE, 12 % získala značka ekologicky šetrný výrobek, po 6 % upřednostňují značku český výrobek a czech made, žádný výrobce nezvolil variantu „nepreferuji žádnou značku kvality“ (viz příloha F, graf F5).

Úkolem 9 otázky bylo zjistit, zda by výrobci uvítali sjednocení značek kvality, popřípadě zavedení nového speciálního piktogramu. V 81 % případů výrobci odpověděli, že ano, chtěli by zavést piktogram, který by všechny značky sjednotil a používal by se pouze jeden na textilní výrobky pro děti, 19 % respondentů vyhovují značky kvality, které jsou používané nyní na trhu, proto odpověděli ne.

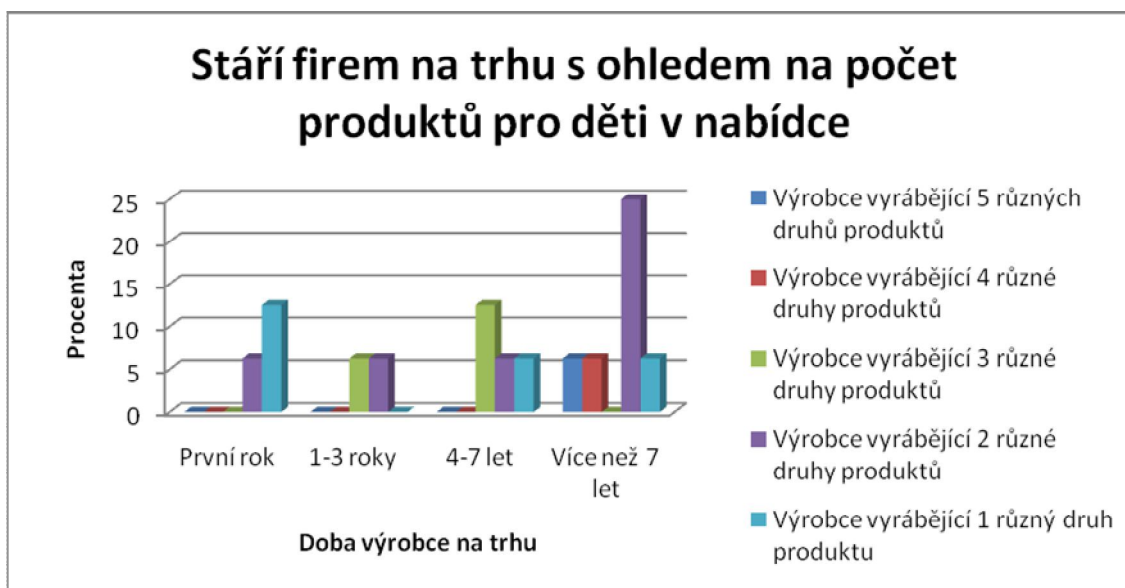
5.2.1 Analýza dotazníků od výrobců

Na tuzemském trhu je málo výrobců, kteří by vyráběli více než 3 druhy výrobků pro děti. Nejvíce výrobců se zaměřuje na produkci dvou druhů výrobků, nejčastěji se jedná o hračky a jiné zboží (např. kapsáře, textilní dekorace do pokojíčků atd.), viz graf č. 5.12, v mnoha případech mají dlouholetou tradici a zkušenosti, viz graf č. 5.13. Oslovení výrobci, kteří jsou na trhu již přes 4 roky, vyrábějí více než dva druhy výrobků. Výrobci,

kteří na trh teprve vstupují, mají v sortimentu především jeden výrobek a není u nich pravidlem zasílat s výrobky i certifikát potvrzující požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví, jako je to u ostatních výrobců. Výrobci s jedním až dvěma produkty, upřednostňující značku kvality jinou, než je uvedeno, jsou to hlavně výrobci obuvi a hraček, viz graf č. 5.14. Nad povinný rámec informací uvádějí výrobci i odkud pochází surovina, z které je výrobek zhotoven. Jsou to většinou ti výrobci, kteří používají značku Ekoznačka EU – The Flower (květina) a ekologicky šetrný výrobek. Výrobci nedávají často ke svým produktům návod k likvidaci, ale z vyplněných dotazníků lze zjistit, že výrobce, který je na trhu již přes sedm let, k výrobkům návod k likvidaci dává častěji než firma stará 1-3 roky. Většina výrobců by uvítala zavedení piktogramu, který by sjednotil všechny značky kvality, kterých je na českém trhu mnoho. Se zavedením jednotné značky převážně nesouhlasili výrobci obuvi pro děti. Pravděpodobně je to z toho důvodu, že značka kvality k obuvi pro děti je pouze jedna a to zdravotně nezávadná obuv – bota pro vaše dítě, která má u nás již dlouholetou tradici a je nabízena po splněných podmínkách i dovozcům.



Graf č. 5.12: Grafické znázornění produktů patřící do nabídky jednotlivých výrobců



Graf č. 5.13: Grafické znázornění doby na trhu výrobců



Graf č. 5.14: Grafické znázornění značek kvality u výrobců

5.3 Závěr dotazníků

Ze získaných informací zprostředkovaných pomocí dotazníků lze prohlásit, že pro velkou část spotřebitelů je pořád podstatná cena. K tomuto faktu se může do jisté míry podílet i ekonomická situace v České republice a vysoká nezaměstnanost ve městě Česká Lípa. Další skutečností je, že od značkových produktů se předpokládá i odpovídající

kvalita. Z průzkumu je velice jasné vidět, že většina dotazovaných zjistila, že to nebývá pravidlem. Orientujeme-li se na značky kvality, je velmi příznivou skutečností, že většina oslovených respondentů, se setkala nebo pořídila výrobek s tímto označením. Většina výrobců v České republice používá některou ze značek kvality, je pro ně důležité vyrábět kvalitní český zboží. U textilních výrobků pro děti spotřebitelům chybí informace o kvalitě. Na trhu je mnoho výrobků, které jsou dovezeny ze zahraničí a nemají u výrobku žádnou značku kvality. Nebylo by na škodu se tímto směrem zaměřit k lepší informovanosti spotřebitelů o textilních výrobcích pro děti. Spotřebitelé by uvítali zavedení speciálních piktogramů, které by sjednotili nepřehledné množství log a značek kvality. Prodejci a výrobci by také uvítali sjednocení značek kvality. Prodejci jsou v kontaktu se spotřebiteli a ví, že se ve značkách neorientují. Dalším důležitým ukazatelem je, že informací o nekvalitních výrobcích je zveřejňováno velké množství. Avšak stále většina respondentů si raději vyhledává recenze spotřebitelů na výrobek, než aby zjišťovala informace o nevyhovujících výrobcích na stránkách Česká obchodní inspekce nebo v databázi Rapex.

Prostřednictvím dotazníků bylo zjištěno, že čeští spotřebitelé nemají oblibu v ekologickém zboží. A přitom v kamenných obchodech je velice snadno k dostání. Jedním z důvodů by mohla být poměrně vyšší cena těchto výrobků. V případě, že by stát chtěl, aby spotřebitelé tímto postupem napomáhali snaze o ochranu životního prostředí, bylo by třeba zajistit finanční pomoc výrobcům ekologických produktů nebo jejich spotřebitelům.

Ve 21. století je na trhu velký výběr textilního zboží, bohužel velice málo výrobců uvádí na své výrobky zdravotní nezávadnost a značku kvality. Více než polovina českých spotřebitelů je s výrobcí nespokojená, a proto upřednostňuje textilní výrobky od tuzemských výrobců, kteří u nás mají již dlouholetou tradici a vyrábí mnoho různých druhů výrobků. Sledují původ materiálu, z kterého dále zpracovávají textilní výrobky pro děti.

Důvod proč stále mnoho spotřebitelů nakupuje textilní zboží u asijských prodejců, se ne vždy týká peněžní situace v domácnosti. Hlavním důvodem pravděpodobně je, že obchody s kvalitními českými oděvy jsou špatně dostupné. Prodejny s touto nabídkou se nachází hlavně ve větších a vzdálenějších městech a člověk z vesnice si raději zvolí dostupnější nabídku z místních obchodů. A to jsou většinou prodejny s asijským zbožím, které na svých výrobcích nemají žádné značky kvality a certifikáty o nezávadnosti.

6 INFORMAČNÍ KAMPAŇ

Kampaň je zaměřena na řešení problematiky textilních výrobků pro děti. V České republice je nyní registrováno mnoho značek kvality. Z dotazníků od spotřebitelů se dalo vyzorovat, že jim dělá problémy zapamatování velkého množství certifikovaných značek a log. Nevědí, která značka je důvěryhodná a která nikoliv. I samotní prodejci potvrdili, že zákazníci mají s rozpoznáním značek problém. Dalším negativem je, že se na tuzemském trhu poté objevují necertifikované značky kvality, viz kapitola 4.1.4, které si výrobce garantuje sám, a tím pádem nejsou výrobky přezkušovány žádnou třetí stranou. Všichni výrobci v dotaznících uvedli, že používají některou ze značek kvality, po pasivním pozorování na jejich webových stránkách, nebyla v některých případech vůbec uvedena nebo šlo o necertifikovanou značku. Dále jsou výrobky pro děti dováženy ze zahraničí především z Číny, Polska a Vietnamu. Již mnohokrát se v médiích objevilo, že opět některé výrobky nevyhovovaly zdravotním a hygienickým předpisům. Nevyhovující výrobky jsou zveřejněny na stránkách ČOI nebo v databázi Rapex. Spotřebitelé však tyto stránky neznají a při koupi se raději zajímají o recenze uživatelů, kteří mají s výrobkem zkušenosti. Stále, ale ze strany veřejnosti není problematika o textilních výrobcích pro děti do tří let dostatečně vnímána. Pro zvýšení informovanosti této problematiky bylo navrženo několik alternativ:

6.1 Informační kanál Facebook

Prostřednictvím webové stránky Facebook, na které by se mohly vždy aktuálně vyvěsit výrobky, které Česká obchodní inspekce přezkoumala a stáhla z trhu pro nevyhovující až nebezpečné složení materiálu nebo výrobky na které upozornila Evropská unie a jsou evidovány v databázi Rapex. Dále by se zde dali doporučit čeští výrobci produktů pro děti, kteří mají dlouholetou tradici a jejich výrobky jsou certifikované známou značkou kvality vyhovující požadavkům ministerstva zdravotnictví 521/2005 Sb. Velká výhoda této webové stránky by byla, že spotřebitelé by zde mohli spolu diskutovat o svých zkušenostech s textilními výrobky pro děti do tří let. Facebook je velmi rozšířený v určité skupině lidí. Někteří z nich se na tyto stránky přihlašují každý den. Člověk by se k informacím dostal velice často a měl by přehled o novinkách

v problematice textilních výrobků. Velká výhoda použití stránek Facebook jako informačního kanálu je, že provoz stránky je zdarma.

6.2 Prospekty v čekárnách pediatriů

Prospekty informující o závažnosti této problematiky umístěné v čekárnách pediatriů. V prospektu by byly uvedeny informace o klamných značkách kvality, které si výrobce ke svému zboží uděluje sám a o certifikovaných značkách kvality, které jsou udělovány nezávislou třetí stranou po přezkoumání vzorků z výrobků. Spotřebitelé se v prospektu dozvědí, kde nalézt více informací o nebezpečných spotřebitelských výrobcích stažených z trhu. K vytvoření prospektů jsou zapotřebí finanční prostředky, které lze získat prostřednictvím reklamy na zmíněném prospektu. Reklama na prospektu by doporučovala koupi zboží u konkrétního výrobce.

6.3 Webová stránka s informacemi o této problematice

Možnost zavedení webové stránky určené k informování spotřebitelů o nebezpečných spotřebitelských výrobcích. Přehled značek kvality, značek produktů z bio materiálů a českých ověřených výrobců a prodejců. Seznam nedůvěryhodných značek a výrobců. Poskytnutí informací o povinné certifikaci a o piktogramech Sotex, symbolů údržby atd. Odkaz na webové stránky české obchodní inspekce, na databázi Rapex. Možnost dotazů k této problematice, diskuze s ostatními spotřebiteli. Odkazy na stránky pro „maminy“ e - mimino, mimibazar, atd. Rady jak vybrat správný kočárek, autosedačky a jiné. Na co si dát pozor, čeho se vyvarovat, ve kterých případech lze výrobek reklamovat, atd. Webová stránka by se financovala z reklam prodejců či výrobců umístěných na stránce. Aby reklamou webová stránka neztratila na důvěryhodnosti, byla by reklama výrobců či prodejců pečlivě vybírána, aby nedocházelo k tomu, že stránka upozorňuje na problematiku textilních výrobků pro děti a pak sama odkazuje na prodej nekvalitních výrobků.

6.4 Televizní reklama

Krátký reklamní spot, zaměřený na závažnost této problematiky, vysílaný v čase kdy televizi sledují nejčastěji ženy na mateřské. Spot by upozorňoval na nebezpečnost textilních výrobků, které jsou k dostání na tuzemském trhu a na klamné značky lehce zaměnitelné s certifikovanými. Televizní reklama patří k těm nejdražším, ale i

nejefektivnějším. Umístění do reklamního spotu reklamu na zdravotně nezávadné textilní výrobky určitého výrobce by zisk nepokryl celé náklady na reklamu vynaloženou. Možnost získání jiných finančních prostředků např. od nadací, není reálná.

6.5 Odborné články

Použití odborných článků, lze působit na určitou část spotřebitelů. K uveřejnění odborného článku na server typu Marigold, Mmspektrum atd., je potřeba zajímavost daného problému, aby ji správce či redaktor webové stránky zveřejnil. Z toho důvodu by bylo vhodné oslovit odborníka (např. pediatra), který by popsal závažnost této problematiky u textilních výrobků pro děti do tří let. I na tuto informační kampaň jsou potřeba finanční prostředky.

Závěr

U každé alternativy informační kampaně (mimo Facebook) jsou zapotřebí nemalé finanční prostředky a aby informační kampaň měla úspěch a pronikla do podvědomí velké části spotřebitelů je zapotřebí vysoké pracovní nasazení. Z toho důvodu by bylo vhodné informování spotřebitelů pojmout jako podnikatelský záměr s přínosem zisku. Začínající firma má větší šanci dostat v bance půjčku než občan, který má jen zájem informovat spotřebitele. Firma by nejprve začala působit malými informačními kanály na menší část spotřebitelů a při růstu zisků by rozšiřovala svoji působnost na větší procento lidí.

ZÁVĚR

Informací o problematice textilního zboží, jak spotřebitelé uvedli, je dostatek. Spotřebitel se k nim může dostat na různých webových stránkách nebo i prostřednictvím médií. Z průzkumu vychází, že nejčastěji spotřebitelé vyhledávají reference a recenze uživatelů, kteří již s výrobkem, prodejcem či výrobcem mají zkušenost a zboží již od prodejce či výrobce zakoupili. Česká obchodní inspekce (ČOI) ve spolupráci s kontrolními orgány vynakládají značné úsilí k tomu, aby se nebezpečné výrobky stáhly z trhu dříve, než způsobí zdravotní újmu spotřebiteli. Poté o stažených výrobcích upozorňují na webových stránkách ČOI nebo v databázi Rapex. Bohužel z průzkumu vychází, že stránky ČOI a databázi Rapex spotřebitelé v podvědomí nemají a těchto služeb nevyužívají.

Česká republika sdružuje značky kvality pod logem Česká kvalita. Toto logo usnadňuje orientaci pro spotřebitele, koupením výrobku s tímto označením si mohou být jisti, že výrobek je kvalitní a bezpečný. Jedna třetina spotřebitelů uvedla, že nejčastěji na textilních výrobcích vidají značku QZ-Zaručená kvalita. Ostatních textilních značek kvality je dostatek, ale nejsou příliš rozšířené mezi výrobce a tím pádem se neobjevují tak často na oděvních výrobcích. Značka kvality je přitom pro spotřebitele nepostradatelnou informací o kvalitě kupovaného textilního zboží pro děti do tří let.

Z průzkumu vychází, že spotřebitel se z velké části zajímá o problematiku textilních výrobků pro děti do tří let, ale má problémy s rozpoznáním velkého množství různých značek kvality. Nevědí, které značce mohou důvěřovat a které nikoliv. Jelikož se na trhu objevují i výrobky s klamnými značkami, které si výrobce k výrobku garantuje sám. I samotní prodejci potvrdili, že spotřebitelé se ve značkách nevyznají. Řešením by bylo zavedení speciálního piktogramu, který by byl uváděn na zdravotně nezávadných textilních výrobcích pro děti. Garantem by byla třetí nezávislá strana, která by se starala o kontrolu a testování výrobků.

V médiích se opakují zprávy, že Česká obchodní inspekce opět stáhla z trhu nekvalitní textilní výrobek pro děti. Mnoho výrobků se k nám dováží z Asie, bohužel při převozu do evropské unie se zkontroluje u vnějších hranic jen malé procento zboží, jelikož kontroly se dělají namátkově. Další příčinou nekvalitních výrobků na českém trhu je, že dovozci falšují dovozové doklady, které zaručují výrobku povolení k prodeji na trhu. Tímto způsobem se na náš trh dostávají nebezpečné výrobky.

Otázku nekvalitních, hygienicky nevyhovujících nebo zdravotně závadných výrobků budou spotřebitelé ještě dlouho řešit. Tento problém podporuje současná ekonomická krize. Kdy spotřebitel raději sáhne po levnějším výrobku bez značky kvality. Minimalizovat výskyt nekvalitních výrobků můžou častější kontroly ČOI a dalších kontrolních orgánů.

Pro zvýšení povědomí této problematiky u spotřebitele by bylo vhodné zavedení informační kampaně, která by zdůraznila závažnost této problematiky. Ovšem, aby tato kampaň zasáhla co největší část obyvatel, je zapotřebí nemalých finančních prostředků. Z toho důvodu by bylo vhodné informační kampaň pojmout jako podnikatelský záměr, který by se též zabýval informováním spotřebitelů, ale zároveň by poskytoval prostor na webových stránkách pro reklamu některého z výrobců či prodejců formou odkazu nebo doporučení výrobků od konkrétního výrobce. Při výběru reklamy některého z výrobců či prodejců se musí věnovat pozornost kvalitě zboží, které nabízí, aby nedocházelo k reklamě nekvalitního zboží, když podnikatelským záměrem je upozorňování na problematiku textilního zboží.

Seznam použité literatury

- [1] Lidové noviny [online][10.12.2010].
URL:<http://www.lidovky.cz/co-nastartovaly-jedovate-hrackyday/ln_noviny.asp?c=A070922_000109_ln_noviny_sko&klic=221561&mes=070922_0>.
- [2] Prof. Ing. VEBER Jaromír, CSc. a kolektiv, J. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*, Grada Publishing, 2007. 204 s. ISBN 978-80-247-1782-1.
- [3] Česká obchodní inspekce Výroční zpráva [online][15.12.2010].
URL:<www.coi.cz/files/documents/vyrocní-zprava032009.pdf>.
- [4] Parlament, vláda, samospráva [online][26.12.2010].
URL:<<http://www.parlamentvlada.eu/modules.php?name=News&file=article&sid=478>>.
- [5] www.radi.cz [online][29.04.2011].
URL:<<http://www.radi.cz/katalog.php?kategorie=39319>>.
- [6] Česká obchodní inspekce [online][24.11.2010].
URL:<<http://www.coi.cz/cs/spotrebitel/rapex.html>>.
- [7] Národní politika kvality. [online][7.12.2010].
URL:<<http://www.npj.cz/program-ceska-kvalita/znacky-v-programu-czq/>>.
- [8] Česká obchodní inspekce [online][10.12.2010]
URL:<<http://www.coi.cz/cs/ocoi/kdo-jsme-kompetence.html>>.
- [9] Ginetex [online][30. 12. 2010].
URL:< <http://www.ginetex.net/>>.
- [10] Sotex [online][30. 12. 2010].
URL:<<http://www.sotex.cz/index.php?docid=42>>.
- [11] Základní požadavky na zdravotně nezávadnou obuv [online][10.4.2011]
URL:<http://www.roithova.cz/cinnost_v_EP/155/>
- [12] Vyhláška ministerstva zdravotnictví [online][30. 03. 2011].
URL:<http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/701?number1=84%2F2001&number2=&name=&text=>
- [13] Zpravodaj technické inspekce, Úloha České obchodní inspekce, Ing. Jarmila Hubená, CSc [online][25.1.2011].
URL:<<http://www.zti.cz/ulohacoi.htm>>.
- [14] Textilní zkušební ústav [online][19. 3.2010].
URL:<<http://www.tzu.cz/index.php?adr=23>>.
- [15] Informace pro spotřebitele, Databáze spotřebitelských značek [online][30.4.2011].

URL:< www.spotrebitele.info/znacky/

[16] II Předkládací zpráva [online][30.3.2011].

URL:<www.npj.cz/soubory/dokumenty/S14.pdf>.

[17] Marigorld.cz [online][11.2.2011].

URL:<<http://www.marigold.cz/item/kvalita-a-nekvalita-cinske-produkce>>.

[18] SCHUTTOVÁ, Karin. *Máme děťátko*. Praha: Ikar, 1995. 332 s. ISBN 80-7176-149-4

[19] FENWICKOVÁ, Elizabeth. *Velká kniha o matce a dítěti*. Bratislava: Perfekt, 1992. 253 s. ISBN 80-85261-21-9

Seznam obrázků

<i>Obrázek č. 2.1: Označení databáze Rapex</i>	16
<i>Obrázek č. 3.1: Značka nezávadnosti pro děti do tří let</i>	18
<i>Obrázek č. 4.1: Značka Česká kvalita</i>	23
<i>Obrázek č. 4.2: Logo Bezpečné hračky</i>	24
<i>Obrázek č. 4.3: Logo Bezpečná a kvalitní hračka</i>	24
<i>Obrázek č. 4.4: Logo Zdravotně nezávadné obuvi</i>	25
<i>Obrázek č. 4.5: Logo Czech made</i>	25
<i>Obrázek č. 4.6: Logo Zaručená kvalita</i>	25
<i>Obrázek č. 4.7: Logo Ekologicky šetrný výrobek</i>	26
<i>Obrázek č. 4.8: Znamka Český výrobek</i>	27
<i>Obrázek č. 4.9: Logo Český výrobek</i>	27
<i>Obrázek č. 4.10: Logo ekologii ku prospěchu</i>	27
<i>Obrázek č. 4.11: Logo Ekologicky nezávadné</i>	27

Seznam grafů

<i>Graf č. 5.1: Grafické znázornění zájmu o kvalitu textilních výrobků pro děti podle dosaženého vzdělání</i>	31
<i>Graf č. 5.2: Grafické znázornění zájmu o kvalitu textilních výrobků pro děti podle počtu vychovávaných dětí</i>	32
<i>Graf č. 5.3: Grafické znázornění odlišných názorů dotázaných mužů a žen</i>	32
<i>Graf č. 5.4: Grafické znázornění odlišných názorů respondentů s ohledem na věkovou kategorii</i>	33
<i>Graf č. 5.5: Grafické znázornění odlišných názorů s ohledem na dosažené vzdělání</i>	34
<i>Graf č. 5.6: Grafické znázornění nejčastěji volených obchodů mužů a žen</i>	34
<i>Graf č. 5.7: Grafické znázornění nejčastěji volených obchodů podle měsíčního rodinného příjmu</i>	35
<i>Graf č. 5.8: Grafické znázornění hlavního faktoru při nákupu zboží lidmi s rozdílným vzděláním</i>	36
<i>Graf č. 5.9: Grafické znázornění počtů dodavatelů pro obchody</i>	39
<i>Graf č. 5.10: Grafické znázornění preferovaných značek v obchodech</i>	40
<i>Graf č. 5.11: Grafické znázornění zájmu spotřebitele o certifikát nezávadnosti</i>	40
<i>Graf č. 5.12: Grafické znázornění produktů patřící do nabídky jednotlivých výrobců</i>	43
<i>Graf č. 5.13: Grafické znázornění doby na trhu výrobců</i>	44
<i>Graf č. 5.14: Grafické znázornění značek kvality u výrobců</i>	44

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník pro spotřebitele

Příloha B: Dotazník pro prodejce

Příloha C: Dotazník pro výrobce

Příloha D: Grafické znázornění vyhodnocených dotazníků od spotřebitelů

Příloha E: Grafické znázornění vyhodnocených dotazníků od prodejců

Příloha F: Grafické znázornění vyhodnocených dotazníků od výrobců

Příloha G: Ukázky textilního zboží českých výrobců

Příloha A
Ukázka dotazníku pro spotřebitele

Průzkum o kvalitě a nezávadnosti textilních výrobků (oděvů) pro děti do 3 let

Tento dotazník je součástí bakalářské práce. Je anonymní. Výsledky budou využity za účelem analýzy dat pro potřeby zpracování bakalářské práce. Cílem dotazníku je zjistit jak se zákazníci orientují v informacích o kvalitě textilních výrobků pro děti, kde je vyhledávají. Kde preferují nákup výrobků a co je pro ně při výběru výrobku nejdůležitější.

Ludmila Březinová
Technická univerzita v Liberci
Obor- Textilní marketing

1. Zajímáte se o kvalitu textilních výrobků pro děti?

- a) Ano
- b) Ne

2. Máte pocit, že informace od výrobce o kvalitě kupovaných textilních výrobků pro děti, jsou pro vás dostatečné?

- a) Ano, informací je dostatečně
- b) Ne, informací je málo
- c) Informace si musím vyhledávat sám/sama
- d) Nevím

3. Kde se dozvídáte informace o kvalitě kupovaného výrobku pro děti?

- a) Z tisku (noviny, časopisy)
- b) Televizní pořady
- c) Internet (stránky výrobců a prodejců)
- d) Internet (recenze od spotřebitelů např. Heureka)
- e) Internet (webové stránky české obchodní inspekce, databáze Rapex)
- f) Jiné

4. Vyznáte se v piktogramech, které určují kvalitu textilních výrobků pro děti?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Některé piktogramy nevím co znamenají

5. Uvítal/a byste zavedení speciálních piktogramů (označující kvalitní výrobek), které by sjednotily Vaši orientaci u textilních výrobků?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

6. Máte již nějakou špatnou zkušenost se závadnými textilními výrobky pro děti?

- a) Ano
- b) Ne

7. Upřednostňujete dětské textilní výrobky vyrobené v ČR?

- a) Ano
- b) Ne

8. Kde nejčastěji nakupujete textilní výrobky pro děti? (lze vybrat 3 možnosti)

- a) Značková prodejna (Lindex, Next, C&A, atd.)
- b) Obchodní dům (Globus, Tesco, Albert, atd.)
- c) Kamenný obchod s dětským zbožím
- d) Second hand
- e) Katalogový prodej (Neckermann, Petrklíč, atd.)
- f) Na tržnici, stánky
- g) Přes internet
- h) Jiné

9. Znáte, nebo koupili jste si dětské textilní výrobky označené následujícími logy?

(zakroužkujte značky, se kterými jste se již setkali)



10. Jaký faktor u Vás nejvíce hraje hlavní roli při výběru textilních výrobků pro děti?
(lze vybrat dvě možnosti)

- a) Značka
- b) Cena
- c) Kvalita
- d) Pohodlí dítěte
- e) Móda
- f) Zdravotní nezávadnost
- g) Ekologický výrobek
- h) Jiné

11. Máte za to, že platí rovnost mezi značkou oděvu a kvalitním výrobkem?

- a) Ano
- b) Ne
- c) Někdy
- d) Nevím

12. Pohlaví:

- a) Žena
- b) Muž

13. Věková kategorie:

- a) do 25 let
- b) 26 – 32 let
- c) 33 – 40 let
- d) 40 a více

14. Dosažené vzdělání:

- a) Základní
- b) Vyučen(á) bez maturity
- c) Středoškolské bez maturity
- d) Středoškolské s maturitou
- e) Vyšší odborné
- f) Vysokoškolské

15. Kolik nyní vychováváte děti ve věku do 15 let?

- a) žádné
- b) 1
- c) 2-3
- d) 4 a více

16. Váš měsíční rodinný příjem:

- a) do 10 000 Kč
- b) od 10 000 – 20 000 Kč
- c) od 20 000 – 30 000 Kč
- d) od 30 000 – 35 000 Kč
- e) nad 35 000 Kč

Děkuji Vám za čas strávený vyplňováním tohoto dotazníku.
Přeji Vám hezký den

Příloha B

Ukázka dotazníku pro prodejce

Průzkum o kvalitě a nezávadnosti textilních výrobků (oděvů) pro děti do 3 let

Tento dotazník je součástí bakalářské práce. Je anonymní. Výsledky budou využity za účelem analýzy dat pro potřeby zpracování bakalářské práce. Cílem dotazníku je zjistit informace o textilních výrobcích, které jsou v obchodech k dostání. Dodává-li výrobce certifikáty kvality výrobku. A orientujete-li se vy jako prodejce ve značkách kvality, nebo, byste uvítali sjednocení značek a zavedení speciálního piktogramu.

Ludmila Březinová
Technická univerzita v Liberci
Obor- Textilní marketing

1. Jaký typ obchodu provozujete?

- a) Značková prodejna (Lindex, Next, C&A, atd.)
- b) Obchodní dům (Globus, Tesco, Albert, atd.)
- c) Kamenný obchod s dětským zbožím
- d) Second hand
- e) Katalogový prodej (Neckermann, Petrklíč, atd.)
- f) Tržnice, stánky
- g) Internetový obchod
- h) Jiné

2. Když objednáváte zboží (textilní výrobek pro děti), zjišťujete, splňuje-li výrobek požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví č. 521/2005 Sb.?

- a) Ano ke každému výrobku požadují certifikáty
- b) Vždy když začínám objednávat od nového výrobce
- c) Jen od výrobků vyrobených v Asii
- d) Ne, když výrobce je tuzemský
- e) Zřídka
- f) Ne

3. Stalo se Vám, že jste požádali o certifikát zdravotní nezávadnosti výrobků a výrobce Vám ho odmítl dát?

- a) Ano, stává se to často
- b) Ano, párkrát se to stalo
- c) Ne, nikdy s tím nebyl problém

4. Prodáváte výrobky i pro alergiky (např. pro děti trpící atopickým exémem)?

- a) Ano
- b) Ne

5. Máte ve vašem sortimentu výrobky s BIO materiály?

- a) Ano
- b) Ne

6. Ptají se vás zákazníci, jestli k výrobku je i certifikát o nezávadnosti?

- a) Ano

U kterých nejčastěji?

- i. Pleny
- ii. Dupačky
- iii. Vrchní oděv
- iv. Botičky, bačkůrky
- v. Lůžkoviny, ručníky
- vi. Autosedačky, přebalovací pulty, kočárky
- vii. Jiné, doplňte:

- b) Ne

**7. Můžou zákazníci reklamovat výrobek, který nevyhovuje jejich požadavkům?
*Zakroužkujte, na které problémy se reklamace vztahuje.***

- a) Alergická reakce na oděv
- b) Prádlo po prvním vyprání vybledlo
- c) Špatně vybraná velikost oblečení
- d) Výrobek se začal párat (utíkat oko u pleteniny)
- e) Prádlo pouští barvu při nošení
- f) Po vyprání výrobek změnil velikost
- g) Do 14 dnů nenošený výrobek můžou zákazníci vrátit
- h) Do 30 dnů nenošený výrobek můžou zákazníci vrátit
- i) Žádný z těchto problémů není důvodem k reklamaci

8. Upřednostňujete zboží od českých výrobců?

- a) Ano
- b) Ne

9. Kterou značku kvality, vyskytující se na českém trhu, upřednostňujete?

- a) Ano značku „zaručená kvalita“
- b) Ano značku „ekologicky šetrný výrobek“
- c) Ano značku „česká kvalita“
- d) Ano značku „zdravotně nezávadný obuv“
- e) Jinou značku
- f) Žádnou

10. Uvítal/a byste zavedení speciálních piktogramů kvality, které by sjednotili orientaci zákazníků mezi textilními výrobky.

- a) Ano
- b) Ne

11. Od kolika dodavatelů odebíráte zboží?

- a) 1-3
- b) 3-6
- c) 6-10
- d) 10-15
- e) Více než 15

Děkuji Vám za čas strávený vyplňováním tohoto dotazníku.
Přeji Vám hezký den

Příloha C
Ukázka dotazníku pro výrobce

Průzkum o kvalitě a nezávadnosti textilních výrobků (oděvů) pro děti do 3 let

Tento dotazník je součástí bakalářské práce. Je anonymní a výsledky budou využity za účelem analýzy dat pro potřeby zpracování bakalářské práce. Cílem dotazníku je zjistit informace o kvalitě textilních výrobků, které se dostávají na náš trh. Mají-li výrobky certifikát potvrzující požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví.

Ludmila Březinová
Technická univerzita v Liberci
Obor- Textilní marketing

1. Jak dlouho působí Vaše firma na českém trhu?

- a) První rok
- b) 1-3
- c) 4-7
- d) Více než 7 let

2. Který druh výrobků pro děti vyrábíte?

- a) Kočárky
- b) Pleny
- c) Hračky
- d) Boty
- e) Oblečení
- f) Lůžkoviny, zavinovačky
- g) Ručníky, osušky
- h) Autosedačky
- i) Jiné

3. Kde se Vaše výrobky nejvíce prodávají (země)?

Vyjmenujte:

4. Dodáváte výrobky s příslušnými certifikáty potvrzující požadavky dané vyhláškou ministerstva zdravotnictví 521/2005 Sb.

- a) Ano
- b) Ne
- c) Pouze některé

5. Jaké informace poskytuje zákazníkům o výrobcích?

- a) Základní, povinné zákonem (symboly údržby, materiálové složení)
- b) Specifikujte, jaké informace uvádíte nad uvedený povinný rámec
 - ...
 - ...
 - ...

6. Dáváte k textilním výrobkům (např. pleny, autosedačky, oblečení) návod k likvidaci?

- a) Ano
- b) Ne

7. Sledujete původ surovin (popř. materiálu), který dále zpracováváte?

- a) Ano sledujeme u všech dodavatelů původ
- b) Odebíráme pouze suroviny (materiál) od bio pěstitelů
- c) Jen u vybraného zboží (např. na výrobu zboží pro alergiky)
- d) Ne nesledujeme
- e) Jiné

8. Používáte u svých výrobků některou značku kvality vyskytující se na českém trhu?

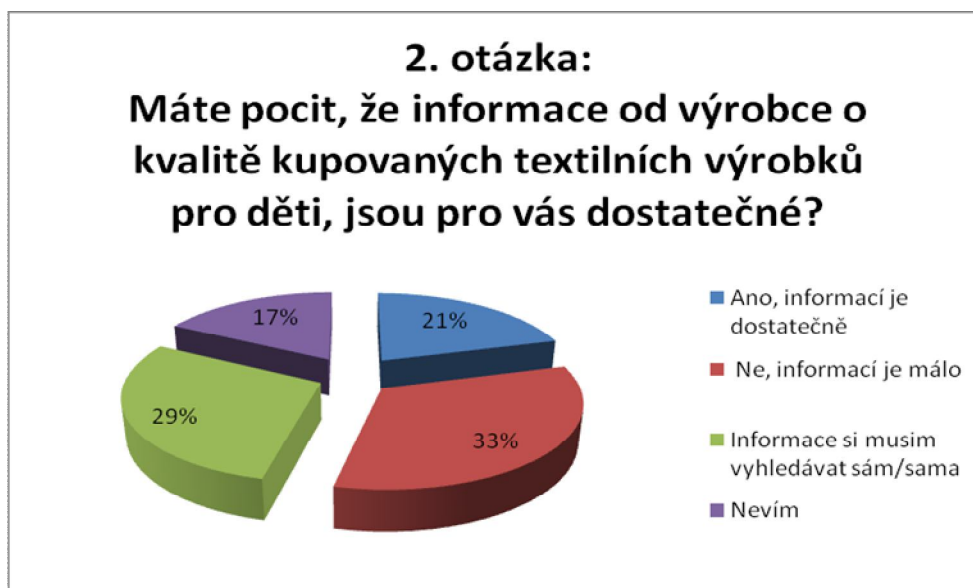
- a) Ano, značku „zaručená kvalita QZ“
- b) Ano, značku „ekologicky šetrný výrobek“
- c) Ano, značku „Český výrobek“
- d) Ano, značku „Czech made“
- e) Ano, značku „značka shody“
- f) Jiné
- g) Ne
- h)

9. Uvítali byste sjednocení značek kvality, popř. zavedení speciálního piktogramu?

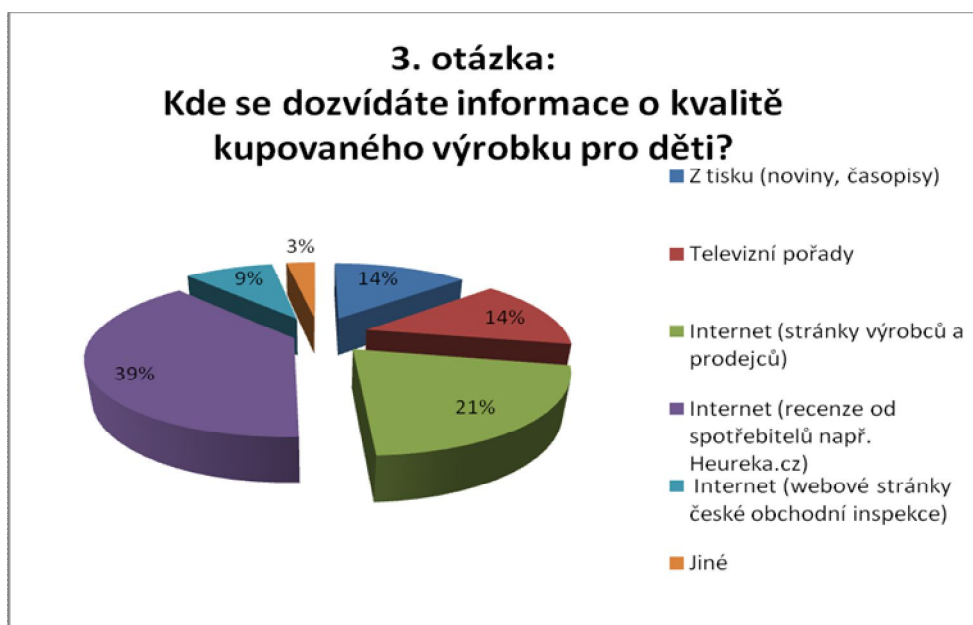
- a) Ano
- b) Ne

Děkuji Vám za čas strávený vyplňováním tohoto dotazníku.
Přeji Vám hezký den

Příloha D
Grafické znázornění vyhodnocených dotazníků od spotřebitelů



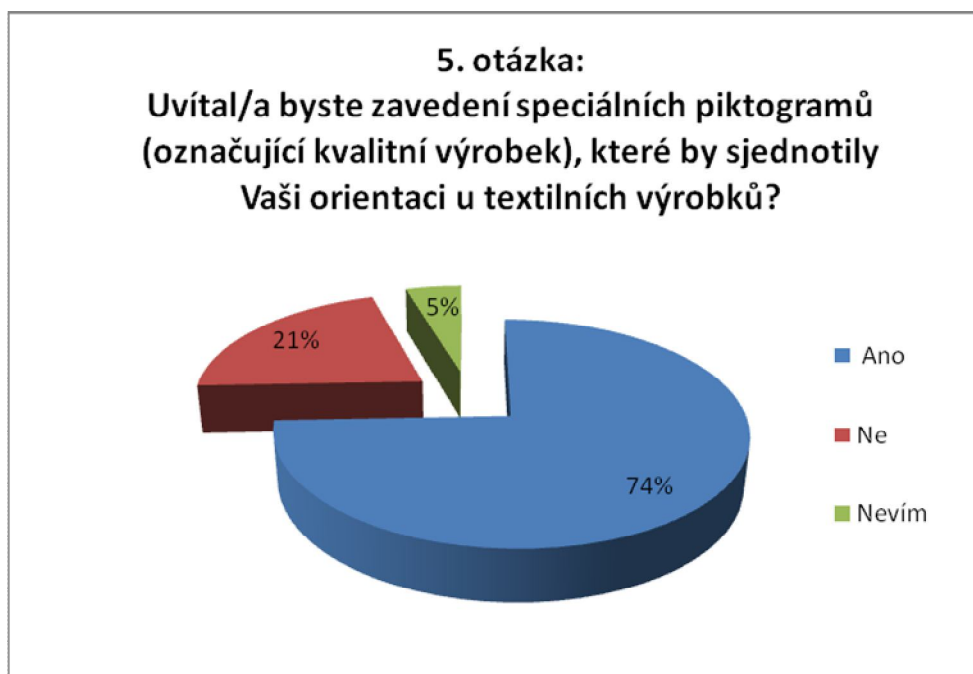
Graf D1: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 2



Graf D2: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č.3



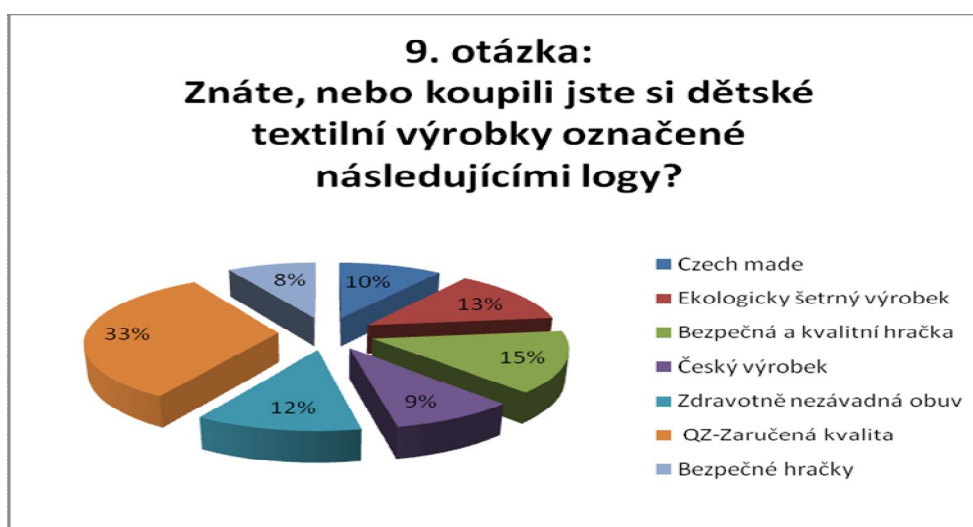
Graf D3: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 4



Graf D4: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 5



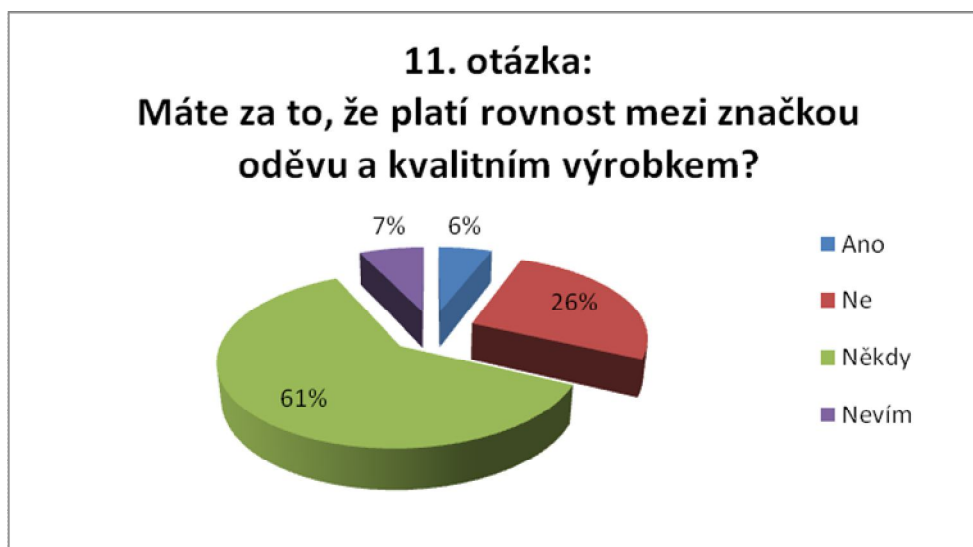
Graf D5: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 8



Graf D6: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 9

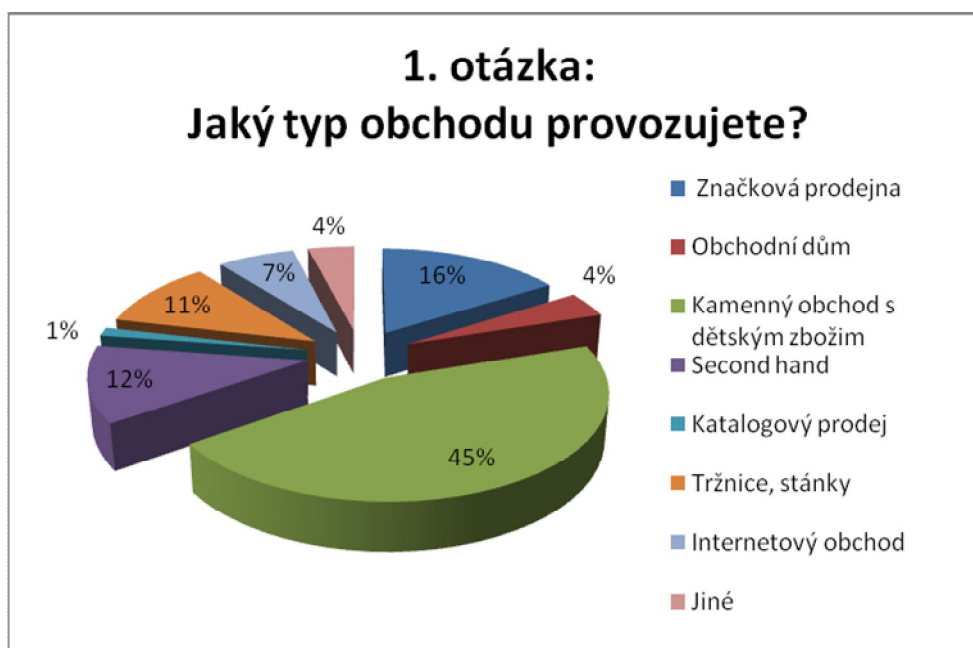


Graf D7: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 10



Graf D8: Grafické znázornění odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 11

Příloha E
Grafické znázornění vyhodnocení dotazníků od prodejců

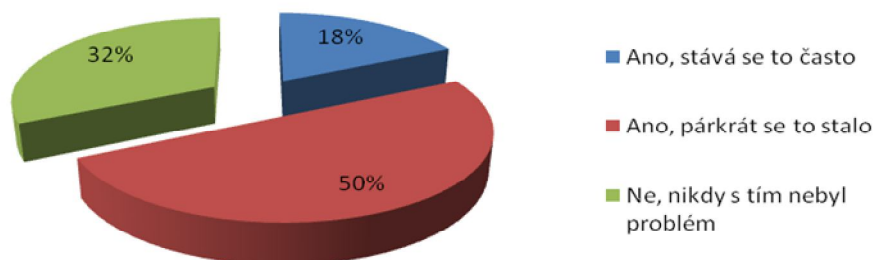


Graf E1: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 1



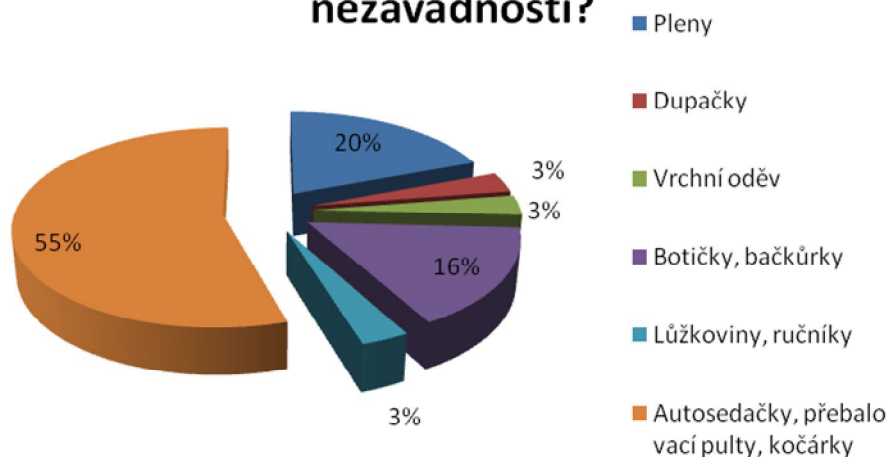
Graf E2: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 2

3. otázka:
Stalo se Vám, že jste požádali o
certifikát zdravotní nezávadnosti
výrobku a výrobce Vám ho odmítl dát?



Graf E3: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 3

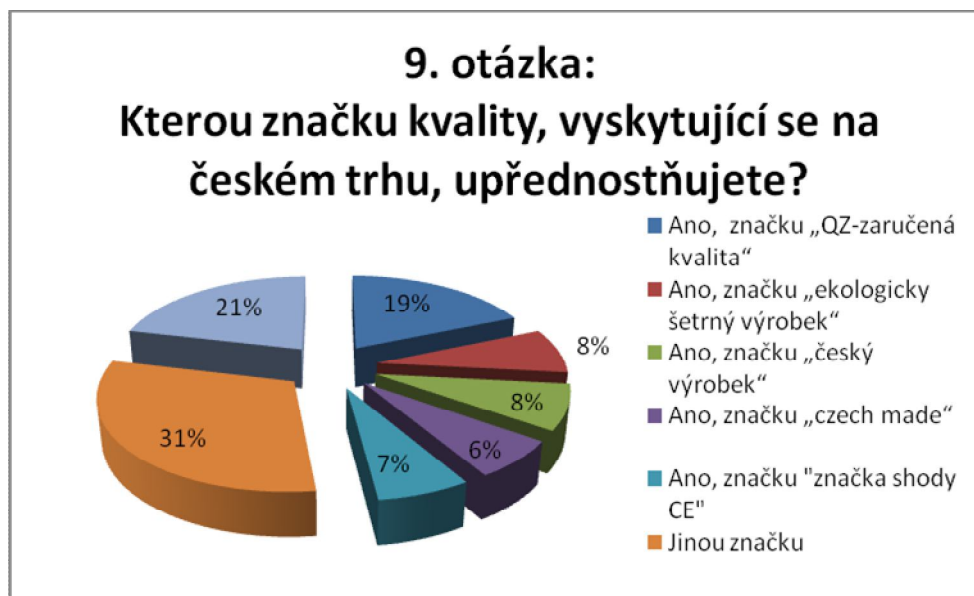
6. otázka:
U kterého výrobku se Vás zákazníci
ptají, máte-li k výrobku i certifikát o
nezávadnosti?



Graf E4: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 6

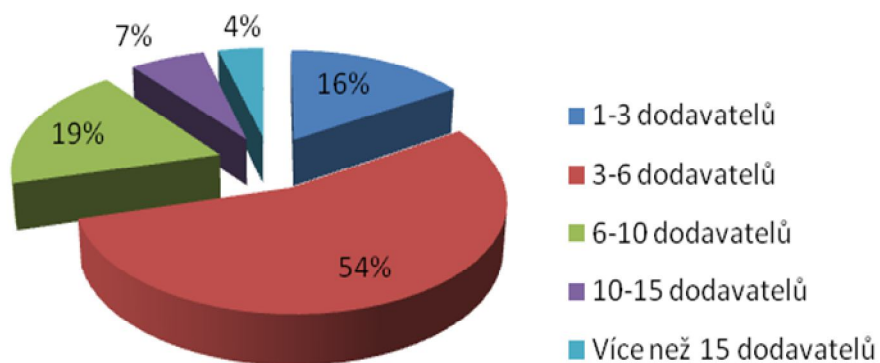


Graf E5: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 7



Graf E6: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 9

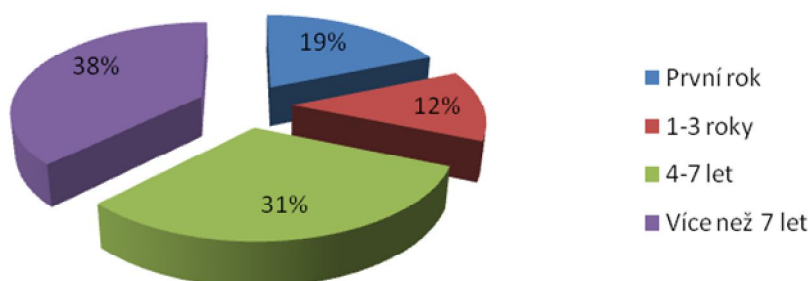
**11. otázka:
Od kolika dodavatelů odebíráte
zboží?**



Graf E7: Grafické znázornění odpovědí dotázaných prodejců na otázku č. 11

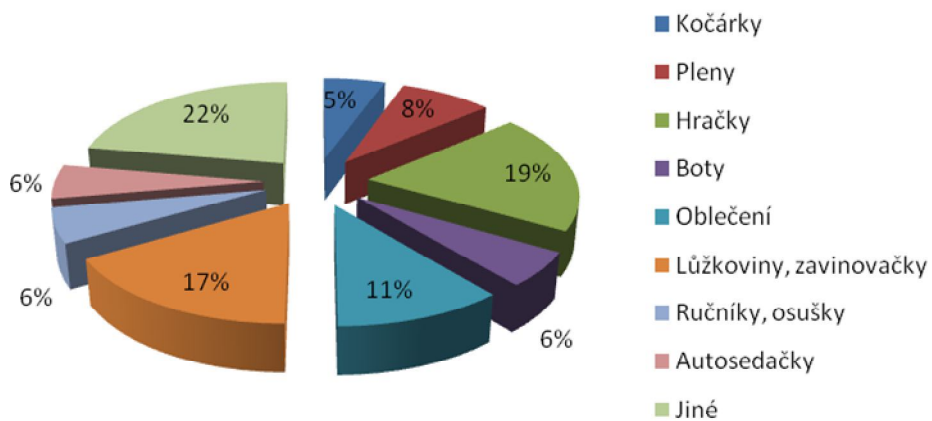
Příloha F
Grafické znázornění vyhodnocených dotazníků od výrobců

**1. otázka:
Jak dlouho působí
Vaše firma na českém trhu?**



Graf F1: Grafické znázornění odpovědí dotázaných výrobců na otázku č. 1

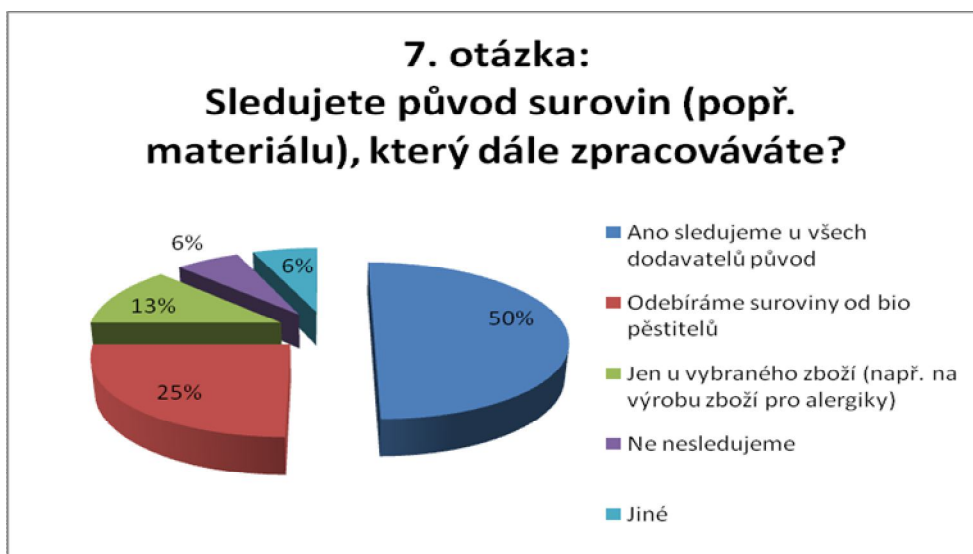
**2. otázka:
Který druh výrobků pro děti vyrábíte?**



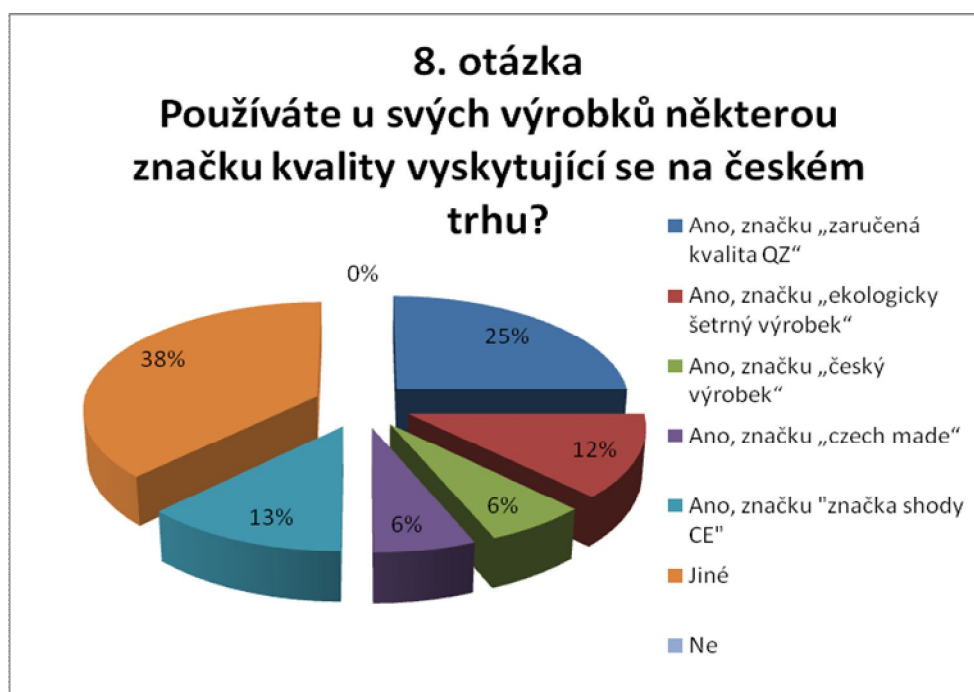
Graf F2: Grafické znázornění odpovědí dotázaných výrobců na otázku č. 2



Graf F3: Grafické znázornění odpovědí dotázaných výrobců na otázku č. 4



Graf F4: Grafické znázornění odpovědí dotázaných výrobců na otázku č. 7



Graf F5: Grafické znázornění odpovědí dotázaných výrobců na otázku č. 8

Příloha G
Ukázky textilního zboží českých výrobců



Obrázek G1: Ukázka oděvu firmy Farmers



Obrázek G2: Ukázka obuvi firmy Bokap



*Obrázek G3: Ukázka kalhotek firmy
Haipa- daipa*



*Obrázek G4: Ukázka hračky firmy
Rokytko*



Obrázek G5: Ukázka podložky z ovčí kůže