

Biedronka nie taka hojna

5 kwietnia 2017

Niedawno media obiegrała wieść o wielkich podwyżkach wynagrodzeń w sieciach handlowych. Jak jednak wskazuje „Solidarność” w Biedronce, to raczej PR niż realne podwyżki płac.

5 kwietnia mają się odbyć negocjacje płacowe pomiędzy zarządem Jeronimo Martins Polska właściciela sieci Biedronka i organizacją związkową NSZZ Solidarność. Tymczasem już 3 kwietnia pracodawca poinformował media o decyzji dotyczącej podwyżek płac dla pracowników. Rzeczywistość jednak nie przedstawia się tak pięknie jak doniesienia medialne: „Rzeczywiście płace wzrosną, ale w stopniu znacznie odbiegającym od oczekiwań pracowników. Ponadto wprowadzono inne zmiany w systemie wynagrodzeń, na których znaczna część pracowników straci” – mówi Piotr Adamczak, przewodniczący związku w Biedronce – „Minimalna płaca pracownika na stanowisku kasjer-sprzedawca została podniesiona do poziomu 2450 zł brutto, jednak 350 zł z tej kwoty to nagroda za 100 proc. frekwencji pracownika w danym miesiącu. Nie jest to więc podwyżka zasadniczego wynagrodzenia. Znaczna część pracowników naszej firmy to matki wychowujące małe dzieci. Dla nich ta nagroda będzie często nieosiągalna. Podwyżek nie dostaną wszyscy pracownicy. Będą one uzależnione od oceny pracy. W ten sposób pracownicy są podwójnie karani, bo od tego wskaźnika uzależnione jest również przyznanie pracownikowi nagrody rocznej”.

Jak pisze Tygodnik „Solidarność”, od 1 kwietnia w sieci Biedronka wzrosły również minimalne płace dla pracowników ze stażem pracy wynoszącym co najmniej 1 rok i 3 lata. Jednocześnie jednak pracodawca zlikwidował obligatoryjny wzrost wynagrodzeń dla pracowników, którzy przepracowali w firmie 5 i 10 lat. „Choć pracodawca chwali się w mediach podwyżkami, ludzie wiedzą jak naprawdę wygląda praca w Biedronce i nie garną się do niej. Z kolei „starzy”

pracownicy, którym ciągle dodawane są nowe obowiązki, nie wytrzymują fizycznie oraz psychicznie i zwalniają się z pracy. Pracodawca zamiast rozmawiać ze związkami zawodowymi o tym, jak zatrzymać ludzi w firmie i przyciągnąć nowych pracowników, woli stosować piarowskie sztuczki w mediach” – mówi Piotr Adamczak.

Źródło: NowyObywatel.pl