

Czy wiesz podczas zakupów kogo wspierasz?

16 listopada 2020

Każdego dnia przekazujemy komuś swoje pieniądze. Podczas codziennych zakupów decydujemy o tym, która firma w sprawozdaniach finansowych wykaże większy zysk. Warto mieć to na uwadze decydując o tym, co wkładamy do koszyka. Zwłaszcza w sytuacji, gdy funkcjonowanie wielu firm jest ograniczone, a ich przyszłość niepewna.

Świadomość konsumencka nie jest nowym zagadnieniem. Od dawna mówi się chociażby o kupowaniu produktów z kodem 590, który ponoć oznacza, że produkt pochodzi z Polski. Niestety nie jest to prawda i taka narracja to wprowadzanie ludzi w błąd. Z kodu 590 może korzystać każda firma zarejestrowana w Polsce. Niemiecko-rosyjska spółka produkująca w Chinach i płacąca podatki na Cyprze również może korzystać z kodu 590. Od kilku lat w Klubie Jagiellońskim zwracamy na to uwagę za pomocą aplikacji Pola. Miejsce rejestracji firmy to tylko jeden z czynników, który należy wziąć pod uwagę, by dokonać świadomego wyboru. Jednym z nich jest kapitał firmy. Dziś, w dobie pandemii, o wiele częściej dokonujemy zakupów za pomocą internetu. Tylko czy świadomie? Do kogo należą najczęściej odwiedzane przez nas sklepy i najpopularniejsze marki?

To nie nasze sklepy

Na co dzień tego nie widać, ale wśród dziesięciu największych sieci handlowych w Polsce... nie ma ani jednej z polskim kapitałem. Lider, czyli Biedronka, należy do portugalskiego koncernu Jeronimo Martins. Lidl to oczywiście niemieckie przedsiębiorstwo. Dalej mamy wiele polsko brzmiących marek: ABC, 1Minute, Delikatesy Centrum, Groszek, Lewiatan czy Miła. Są one zrzeszone w sieci Eurocash, która również należy do

Portugalczyków. Dalsze pozycje to Auchan i Tesco, czyli Francuzi i Brytyjczycy. Z Francji wywodzi się również Carrefour, a Kaufland należy do niemieckiej grupy Schwarz. Kolejny na liście Rossmann również ma niemiecki rodowód. Dziewiąte miejsce zajmuje Żabka, która w lutym 2017 roku została przejęta przez CVC Capital Partners, jedną z największych firm private equity i doradztwa inwestycyjnego na świecie. Zestawienie zamyka wywodząca się z Francji Castorama, kontrolowana przez brytyjską sieć Kingfisher.

W internecie nie jest lepiej. Allegro od października 2016 roku należy do funduszy inwestycyjnych Cinven, Permira i Mid Europa Partners. Do tej samej grupy należy Ceneo. Na wolny termin w sklepie Frisco musimy poczekać do stycznia. Warto wiedzieć, że ten popularny sklep został przejęty przez grupę Eurcoash. Zamawiając pizzę czy burgery z Pyszne.pl warto wiedzieć, że portal należy do holenderskiej grupy Takeaway.com. Uber to oczywiście przedsiębiorstwo amerykańskie. PizzaPortal należy do hiszpańskiego Glovo, a wcześniej całość akcji posiadał AmRest Holding, czyli międzynarodowy operator zarządzający markami branży gastronomicznej, np. KFC, Pizza Hut, Burger King czy Starbucks.

Nasza praca, cudzy płon

Dlaczego to ważne? Ponieważ powinniśmy wiedzieć, kto faktycznie zarabia na produktach, które kupujemy. Problem podnoszony był latem, gdy rolnicy zwracali uwagę na diametralne różnice pomiędzy ceną za owoce w hurtowniach a cenami na półkach sklepów. Z analiz rynku wynika, że od 60 do 80 proc. ceny owoców to zysk pośredników. Potwierdzają to badania przeprowadzone przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. „Wyniki w dużej mierze potwierdzają to, o czym od dawna mówią rolnicy – że ich zarobek jest niewielki w porównaniu do ostatecznej ceny. W niektórych przypadkach było to zaledwie kilkanaście procent” – oznajmił prezes UOKiK,

Marek Niechciał. W przypadku pośredników, z których korzystamy na co dzień, jest podobnie. Rafał Nowicki, restaurator z Łodzi, zdradził kulisy współpracy z Pyszne.pl: jeśli składamy zamówienie na 30 zł, to restauracji zostaje z tego 15,2 zł, a trzeba z tego opłacić wszelkie koszty, więc do zysku daleko. Wydawać by się mogło, że ceny można po prostu podnieść. Otóż nie. Restaurator przedstawia tabelę ze szczegółowymi wytycznymi oraz fragmenty podpisanej umowy. Stwierdza wprost, że „Pośrednicy zmonopolizowali rynek i dyktują warunki”.

Pan Niechciał przyrównuje platformy pośredniczące do agencji pracy tymczasowej. Restauracja odpowiedzialna jest za wykonanie niezbędnej pracy i ponosi większość kosztów, a za co odpowiedzialny jest pośrednik? Czy dba o prawa pracownicze, ubezpieczenia, świadczenia socjalne, czyli wszystko to, co wypracowaliśmy przez ostatnie dekady, uznając to za podstawę cywilizowanego rynku pracy? Niekoniecznie. Przerabialiśmy to, gdy w Polsce pojawił się Uber, co wywołało protesty taksówkarzy. Prosta i łatwa w obsłudze platforma cofa rynek usług do czasu, gdy zabezpieczenie finansowe i podstawowe prawa były postulatem. Przypomina to franczyzę, narzędzie, które mogłoby działać dobrze, gdyby nie było wykorzystywane w niewłaściwy sposób.

Brzmi to dobrze. Zamiast otwierać własny biznes, korzystasz z już istniejącej marki i nie musisz się martwić o marketing, zatowarowanie i rywalizację o klienta. W praktyce bywa różnie. Franczyza również może służyć do umywania rąk od odpowiedzialności. Przecież biznes prowadzą Adam z Iławy i Marta z Sieradza, zarząd międzynarodowej korporacji tylko zlicza zysk. Większość kosztów może być przerzucana na właścicieli sklepu. Doskonale pokazuje to film „Dzień kobiet” oraz sprawa franczyzobiorców Żabki czy Intermarche, którzy skończyli francyzową przygodę z długami.

Polska cytryną globalizmu

Nie byłoby problemu w tym, że w dziesiątce największych sieci handlowych w Polsce nie ma ani jednej z polskim kapitałem, gdyby nie fakt, iż niemal żadna z nich nie płaci w Polsce podatków. Dane udostępnione przez Ministerstwo Finansów są jednoznaczne. Wśród 36 firm handlu detalicznego aż dziesięć nie przynosi żadnego dochodu! O finansach Pyszne.pl też wiemy całkiem sporo. „Bezpośrednio 100 proc. udziałów właściciela Pyszne.pl ma holenderska spółka Takeaway.com. Na początku października na walnym zebraniu zdecydowała, że otrzyma cały zysk netto polskiej spółki z ub.r. w formie dywidendy”. Przy zakupach online jest podobnie.

Rynek e-commerce rósł już przed pandemią, a obecnie sprzedaż przez internet jest dla wielu firm jedyną szansą na przetrwanie. Problem w tym, że państwo i jego instytucje często nie nadążają za zmieniającą się rzeczywistością. Związek Przedsiębiorców i Pracodawców informuje, że skarb państwa traci co roku ponad 2 mld zł za sprawą Aliexpress, na skutek niekontrolowanych zakupów w Chinach. Podsumowując to wszystko, otrzymamy niepokojący obraz.

Ciężka praca wielu Polek i Polaków nie przekłada się na pomnażanie naszego dobrobytu. Owoce naszej pracy konsumują pośrednicy, utrzymujący polskich producentów i usługodawców na granicy opłacalności. Bywa tak, że zyski z naszej ciężkiej pracy często trafiają za granicę, a mali i średni przedsiębiorcy zostają z długami. Zamiast budować silne usługi publiczne, tkwimy w pułapce średniego wzrostu. Kwintesencją tych wszystkich zjawisk jest nowa akcja marketingowa Biedronki, w której Coca-Cola przedstawiana jest jako produkt polski. Taka ma być nasza rola w globalnych łańcuchach dostaw. Zautomatyzowane fabryki ułożone tu ze względu na niskie koszty pracy mają nam wystarczyć, a podatkami i dywidendami nie powinniśmy się przejmować? Oczywiście, że nie!

Musimy dokonywać świadomych decyzji, zwłaszcza w tak trudnym czasie. Istnieje kilka narzędzi, które mogą nam w tym pomóc. Jeśli zamierzacie kupić odzież, skorzystajcie z [Fashion Checker](#). Warto też wsłuchać się w głos restauratorów i zamawiać bezpośrednio u nich. Szukajmy lokalnych firm i sklepów, które nie wytransferują zysków za granicę. Starajmy się sprawdzać, jaki kapitał stoi za danym produktem. Mając świadomość tego, że wszystko przenosi się do internetu, uruchamiany wyszukiwarce na stronie [Aplikacji Pola](#). Warto również zwrócić uwagę na inicjatywy takie jak Polskie Marki czy Polski Ślad. Każda złotówka ma wpływ na to, która firma lepiej poradzi sobie z kryzysem. Nietrudno wyobrazić sobie sytuację, że po pandemii międzynarodowe koncerny będą jeszcze silniejsze. Warto zadać sobie pytanie, czy chcemy żyć w takim świecie.

Autorstwo: Mateusz Perowicz

Źródło: [NowyObywatel.pl](#)