

Jak wielkie sieci niszczą lokalną przedsiębiorczość i społeczność

20 lutego 2023

Nie trzeba być specjalnie spostrzegawczym, żeby zorientować się, że wielkie sieci sklepów, korporacje systematycznie wypierają i zastępują małą i średnią przedsiębiorczość. Częściowo jest to efekt uboczny ich zachłanności i pazerności, a częściowo celowe globalne działanie, mające w nowym światowym łańdźie doprowadzić do upadku klasy średniej. Nic nowego, warto jednak zwrócić uwagę na kilka technik stosowanych przez te korporacje oraz skutków, jakie to niesie dla społeczeństwa, z których możecie sobie nawet nie zdawać sprawy. Prześledźmy więc je po kolei.



ZAJMOWANIE JAK NAJWIĘKSZEJ POWIERZCHNI

Sklepy wielkopowierzchniowe funkcjonują w budynkach rozciągniętych na dużej ilości terenu (plus co najmniej drugie tyle na parkingi!!!). Dlaczego nie wykupują mniejszej ilości

ziemi, by postawić budynki wielopiętrowe? By prywatni przedsiębiorcy nie mieli gdzie otwierać swoich sklepów, albo żeby musieli robić to w gorszych lokalizacjach. Ewentualnie pozostaje im, z braku innych opcji, rozpoczęcie działalności w bezpośrednim sąsiedztwie sklepów korporacyjnych, a w takiej rywalizacji są skazani na porażkę.

DUMPING

Sprzedawanie niektórych towarów po cenie poniżej kosztów produkcji (w ostateczności równej bądź nieco wyższej). Ale jak? To bez sensu. Sprzedawać ze stratą? Tak. I jest to zagrywka bardzo cwana i perfidna.

Produkt po drastycznie zaniżonej cenie błyskawicznie zyskuje nabywców, którzy wcześniej kupowali ten towar u prywatnych właścicieli. Ci, przez odpływ klientów, zaczynają notować utratę części dochodów. Kiedy ich firmy upadną, korporacja podnosi ceny swojego produktu do normalnego poziomu. Wtedy może sobie na to pozwolić, bo konkurencji już nie ma, a początkowe straty (stać ją na nie) odrabia z nawiązką.

OTWIERANIE BARDZO WIELKIEJ LICZBY SKLEPÓW

Wyrastają jak grzyby po deszczu, często w absurdalnie bliskiej odległości od siebie. Liderem pod tym względem jest chyba Biedronka. Wielkie sieci i tu biorą pod uwagę początkowe straty, jednak głównym celem jest odpływ klientów z lokalnych sklepów i sklepików. Kiedy te zamkną działalność, zyski zaczynają rosnąć.

WYMUSZANIE SUBWENCJI I ULG

PODATKOWYCH

Politycy często chwalą się, że sprowadzając wielką sieć tworzą nowe miejsca pracy i zwiększają wpływy do budżetu. To jednak półprawda i myślenie krótkowzroczne. Nie wspominają później równie chętnie, ilu ludzi zostało bez pracy na skutek upadku prywatnych firm. Ponadto korporacje wchodząc do nowego miejsca, wymuszają na władzach dotacje lub ulgi na rozruch interesu oraz wyjątkowo korzystne, niskie podatki. Kiedy znikną małe firmy, miasto staje się uzależnione od takich sieci, które mogą dyktować jeszcze korzystniejsze dla siebie warunki. Pozwala im to również płacić niskie pensje jak na ich możliwości, ponieważ pracownicy nie mają innej alternatywy. Protesty i zakładanie związków zawodowych to ryzyko nawet zamknięcia sklepu, ponieważ jeden w tę czy w tamtą nie robi różnicy, otworzy się gdzie indziej.

Inne negatywne aspekty działalności korporacji to pogarszanie się relacji międzyludzkich w społecznościach. Dawniej pan Edek miał sklep, zaopatrywał się w towar u pana Zenka, a ulotki reklamowe drukował w firmie pani Lucyny. Powstawała współpraca oparta na zaufaniu i sympatii. Dziś wielkie sieci wszystko robią u siebie lub mają własnych dostawców, których w dodatku wyzyskują.

W dodatku lokalne sklepy to także zawiązywanie się prywatnych znajomości na linii sprzedawca-klient lub miejsce spotkań samych klientów. U wielkich sieci, nawet jeżeli obsługa jest miła i profesjonalna, relacja jest powierzchowna, bo na zażyłości nie ma miejsca i czasu.

Co można z tym zrobić? Nie oszukujmy się. W dzisiejszym świecie bardzo trudno jest kupować tylko lokalnie. Nie zaszkodzi jednak sensowny kompromis. Jeżeli różnice w cenach nie są drastyczne – nie żałujmy tych dodatkowych kilku-, kilkunastu złotych, wydanych od czasu do czasu w lokalnych sklepach. Nie ignorujmy także stowarzyszeń, próbujących działać na rzecz prywatnej przedsiębiorczości, a także akcji

sprzeciwiających się budowie kolejnego zbędnego marketu (o ile są). Dawajmy przykład i przekazujmy wiedzę. Niby niewiele, a jednak wiele...

Autorstwo: Radek Wicherek (Polaku Dawaj z Nami)

Źródło: WolneMedia.net