

Wejście smoka, czyli supermarkety na rynku odzieżowym

17 maja 2010

Brytyjskie organizacje pozarządowe monitorujące działania korporacji ostrzegają, że wyzysk pracowników w krajach rozwijających się staje się częścią modelu biznesowego wielkich sieci handlowych. W 2006 roku 30% ubrań kupowanych w Wielkiej Brytanii pochodziło z czterech największych sieci supermarketów, coraz chętniej poszerzających swoją ofertę artykułów innych niż spożywcze. Dzięki posiadaniu tak dużego udziału w rynku sieci takie jak Tesco czy Marks&Spencer mogą pozwolić sobie na dyktowanie cen dostawcom odzieży z krajów rozwijających się, którzy inaczej nie mieliby szans sprzedawania swoich produktów na rynkach zachodnich. W szczególnie trudnej sytuacji znajdują się kraje takie jak Bangladesz, jeden z 50 najuboższych krajów świata, gdzie odzież stanowi 3/4 wartości eksportu.

Im większą część rynku kontroluje dana firma, tym lepsza jej pozycja w negocjacjach z dostawcami, co pozwala na dalsze obniżanie cen i, co za tym idzie, dalszy wzrost udziałów w rynku. W 2006 roku największe sieci supermarketów uzyskiwały od dostawców ceny o 1/5 niższe niż inni nabywcy hurtowi. Mocnej pozycji w rozmowach z dostawcami sprzyja również dokonywanie zakupów w ramach tzw. grup zakupowych, jedna z nich np. zrzesza 4 sieci supermarketów, które łącznie posiadają 4500 placówek w 16 krajach. Wykorzystując swoją dominującą pozycję, sieci mogą zmuszać dostawców do zawierania umów na wyłączność, podpisywać kontrakty na zaledwie kilka miesięcy, zmieniać warunki w ostatniej chwili, a nawet już po zrealizowaniu zamówienia. Bardzo często dostawcy muszą ponosić także dodatkowe koszty, związane np. z promocją czy magazynowaniem produktu. Dzięki silnej pozycji

międzynarodowych korporacji możemy również w Polsce kupować koszulki za 19,99 zł i nowe spodnie za mniej niż 100 zł. Brzmi dobrze, prawda? Otóż niekoniecznie.

KTO PŁACI ZA NISKIE CENY?

Przy takiej presji na obniżkę cen, właściciele fabryk próbują za wszelką cenę ciąć koszty. Jediną zmienną, którą mogą jeszcze manipulować są koszty pracownicze, czyli płace i bezpieczeństwo pracy. Osoby zatrudnione przy szyciu ubrań pracują najczęściej na akord, a żeby otrzymać płacę minimalną, przewidzianą przez ustawodawstwo danego kraju, muszą nierzadko pracować kilkanaście godzin dziennie, często sześć lub nawet siedem dni w tygodniu. Bardzo często zatrudnione są na czarno lub na krótkoterminowych kontraktach, uzależnienie od zamówień jednego kupca sprawia, że całe fabryki mogą zamykać i otwierać się z dnia na dzień. Aby zwiększyć wydajność, łamie się normy bezpieczeństwa związane np. z czasem pracy czy niezbędnym wyposażeniem ochronnym.

Mówiąc o płacy minimalnej warto pamiętać, że kraje rozwijające się, których głównym atutem w oczach inwestorów są niskie koszty pracy, ustalają jej wysokość na jak najniższym poziomie, nie biorąc pod uwagę rosnących kosztów życia. Ocenia się, że w Bangladeszu płaca minimalna (i tak znacząco podniesiona po protestach w 2006 roku) stanowi zaledwie połowę kwoty umożliwiającej w miarę normalne funkcjonowanie, tzn. utrzymanie mieszkania, wyżywienie, opłacenie opieki zdrowotnej i edukacji dla dzieci. Rządy tych krajów, obawiając się odpływu zamówień zagranicznych, zgadzają się często na tworzenie tzw. stref wolnego handlu, w zasadzie wyłączonych spod lokalnego prawa pracy. Od roku 2005, kiedy wygasła wynegocjowana w ramach Światowej Organizacji Handlu umowa o handlu tekstyliami i odzieżą (ATC), konkurencja cenowa między producentami azjatyckimi jeszcze się zaostrzyła.

Chcąc uniknąć protestów pracowniczych, właściciele fabryk szyjących odzież najczęściej zatrudniają młode kobiety, które

– mając niższe kwalifikacje i niższą pozycję w społeczeństwie, chcąc za wszelką cenę utrzymać swoją rodzinę na wsi czy dzieci – są bardziej elastycznymi i posłusznymi pracownikami, gotowymi zaakceptować często niewyobrażalnie trudne warunki pracy. Z tego samego powodu utrudnia się działalność związków zawodowych, zwalniając lub prześladując działaczy upominających się o prawa pracownicze.

PRAWA CZŁOWIEKA NIE SĄ KWESTIĄ WYBORU

Opisane wyżej warunki pracy w przemyśle odzieżowym od kilkunastu lat spotykają się z ostrą krytyką organizacji pozarządowych i ruchu konsumenckiego. W odpowiedzi na tą krytykę część firm podjęła działania mające na celu zagwarantowanie przestrzegania praw pracowniczych w procesie produkcji sprzedawanych przez nie ubrań. Jedną z najpopularniejszych tego typu inicjatyw jest Ethical Trading Initiative (ETI), do której należą takie sieci jak Tesco, Marks&Spencer, Asda, Sainsbury's czy Next i w ramach której firmy zobowiązują się do przestrzegania szeregu zasad, m.in. zakazu pracy dzieci i pracy przymusowej, wolności zrzeszania się, przestrzegania dopuszczalnego czasu pracy i minimalnego poziomu wynagrodzenia. Z punktu widzenia polskiego rynku, gdzie firmy ciągle nie dostrzegają potrzeby interesowania się warunkami pracy w fabrykach swoich dostawców (a przynajmniej informowania o nich konsumentów), postępowanie członków ETI wydaje się być wzorowe. Dobrowolne inicjatywy podejmowane przez firmy, choć niewątpliwie ważne i potrzebne, mają jednak dwie podstawowe wady. Po pierwsze, niemal wszystkie zasady obowiązujące członków ETI są już regulowane prawnie, a zatem za „etyczne” uznaje się po prostu przestrzeganie przepisów prawa. Zresztą, jak wspomniałam wcześniej, lokalne przepisy bywają często skrojone pod inwestorów, a zgodna z prawem płaca minimalna rzadko starcza na życie.

Po drugie, co przyznają nawet sami pracownicy korporacji, presja na niskie ceny, elastyczność oraz skrócenie czasu produkcji i dostawy powoduje, że wyzysk pracowników, który już

wcześniej występował na dużą skalę, dziś stał się po prostu koniecznością. Funkcjonujący obecnie w krajach bogatej Północy model produkcji, konsumpcji i konkurencji możliwy jest tylko dzięki przerzuceniu ryzyka i kosztów na dostawców, a za ich pośrednictwem na pracowników w krajach ubogiego Południa. W takich warunkach oczekiwanie przestrzegania przez dostawców podstawowych standardów etycznych, takich jak godne wynagrodzenie, regulowany czas pracy, zatrudnienie na podstawie umowy, przestrzeganie zasad bezpieczeństwa itp. jest niemożliwe do spełnienia. Przeprowadzane kontrole służą przede wszystkim poprawie wizerunku firmy, a nie rzeczywistej zmianie sytuacji pracowników (np. właściciele fabryk są o nich uprzedzani miesiąc wcześniej), a dostawcy mają świadomość, że tak długo, jak będą w stanie dostarczyć towar szybko i tanio, ich zachodni klienci nie będą zadawać zbędnych pytań.

Widząc nieskuteczność dobrowolnych inicjatyw podejmowanych przez biznes, brytyjskie organizacje pozarządowe apelują do rządów krajów europejskich i instytucji unijnych o przyjęcie regulacji zakazujących wielkim sieciom handlowym wykorzystywania swojej dominującej pozycji na rynku w relacjach z dostawcami, zarówno producentami odzieży z Bangladeszu, ale także lokalnymi rolnikami. Zapytajmy nasz rząd, naszych posłów i europosłów, co zamierzają zrobić w tej sprawie.

ZMIANA JEST MOŻLIWA!

Łamanie praw pracowniczych kobiet i mężczyzn zatrudnionych w przemyśle odzieżowym jest nie tylko nieludzkie, ale także nieopłacalne. Budowanie dobrych, długoterminowych relacji z dostawcami, opartych na wzajemnym zaufaniu i sprawiedliwym podziale zysków pozwala podnieść jakość produktu i poprawić wydajność pracy (m.in. dzięki zmniejszeniu liczby wypadków czy rotacji pracowników), ale przede wszystkim daje milionom ludzi szansę na wydzwignięcie się z ubóstwa i poprawę jakości życia swojego i swojej rodziny dzięki stabilnej, bezpiecznej i godziwie opłacanej pracy. Wielkie marki mają pieniądze i

możliwości, żeby zmienić życie ludzi, którzy pracują na ich wciąż rosnące zyski. Sieci handlowe zabierają 70% ceny, którą płacimy za koszulkę przy kasie, podczas gdy do kobiety, która ją uszyła trafia jedynie 3% ceny. Roczna pensja prezesa brytyjskiego Tesco wystarczyłaby z nawiązką na roczne pensje dla 25.000 bengalskich pracowników zaopatrujących Tesco, a na 3 mln funtów, które dostała Kate Moss, nowa twarz Topshopu, pracownica z Mauritiusa, szyjąca ubrania Topshopu, musiałaby pracować 4 tysiące lat!

W mojej skrzynce znów sterta ulotek i kolejne supermarkety przekonujące mnie, że u nich najtaniej, zawsze taniej, nieprzyzwoicie wręcz tanio. Nieprzyzwoicie? To chyba dobre słowo. Nie dajcie się nabrać niskim cenom.

Autor: Ania Rok

Źródło: [Pomagamy](#)