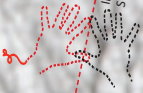


Clean Clothes
Campaign

International
Secretariat



Nabijanie kasy

Gigantyczni detaliści, praktyki zamówień
i warunki pracy w przemyśle odzieżowym

The LIDL logo is prominently displayed on a yellow circular background with a red border. The word "LIDL" is written in blue, with a red diamond shape integrated into the letter "I".

LIDL

Clean Clothes Campaign

Clean Clothes Campaign
International Secretariat
P.O. Box 11584
1001 GN Amsterdam
Netherlands
Tel: + 31 20 412 27 85
Fax: + 31 20 412 27 86
www.cleanclothes.org
info@cleanclothes.org

Tytuł oryginału:

Cashing In: Giant Retailers, Purchasing Practices, and Working Conditions in the Garment Industry



Praca ta jest licencjonowana przez: Creative Commons Attribution-Non-Commercial 3.0 Netherlands License. Kopia licencji jest dostępna on-line: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/nl/> lub na pisemną prośbę skierowaną do Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

Kopiowanie, dystrybucja i prezentacja raportu jest możliwa pod następującymi warunkami: 1. Przy każdym wykorzystaniu raportu należy wspomnieć autorów oryginału. 2. Praca ta nie może być wykorzystywana do celów komercyjnych.

W przypadku jakiegokolwiek wykorzystania lub dystrybucji niniejszej pracy należy jasno przedstawić warunki licencji. Warunki te mogą być zmodyfikowane na podstawie zgody Międzynarodowego Sekretariatu Clean Clothes Campaign.

Autor:

Martin Hearson, Clean Clothes Campaign.

Koordynacja:

Nina Ascoly and Jeroen Merk. Specjalne podziękowania dla Esther de Haan za koordynację badań.

Dokumentacja badań znajduje się w archiwum Międzynarodowego Sekretariatu Clean Clothes Campaign. Koordynatorzy pragną podziękować następującym osobom i organizacjom, które miały wkład w przygotowanie niniejszej publikacji:

Bangladesz: Korshed Alam, Alternative Movement for Resources and Freedom Society. Indie: Centre for Education and Communication oraz Suhasini Singh, Cividep-India, Bangalore. Sri Lanka: Free Trade Zones & General Services Employees Union. Tajlandia: Sripai Nonsee, Asia Pacific Workers Solidarity Links (APWSL).

Koordynatorzy dziękują również następującym osobom: Carole Crabbe, Evelyn Bahn, Ruth Domoney, Ernesto Beckeringh i Ton de Heij za dodatkowe badania i wsparcie, Celia Mather i Sonja Ullrich za wsparcie w redakcji publikacji, oraz całej sieci CCC za wartościowy wkład w przygotowanie publikacji.

Grafika:

Annelies Vlasblom

Zdjęcie z przedniej okładki:

Inge Bekkers

Zdjęcie z tylnej okładki:

Courtesy International Labor Rights Forum

Polska wersja raportu opracowana przez Koalicję KARAT.



Koalicja KARAT
Rakowiecka 39A/14
02-521 Warszawa
www.karat.org

Tłumaczenie:

Agnieszka Sobolewska



Publikacja polskiej wersji raportu jest współfinansowana ze środków Komisji Europejskiej. Za treści opublikowane w raporcie odpowiada Koalicja KARAT, w żadnym wypadku nie są one wyrazem oficjalnego stanowiska Komisji Europejskiej.

Druk na papierze ekologicznym.

Clean Clothes Campaign działa na rzecz poprawy warunków pracy pracowników światowego przemysłu odzieżowego, w tym pracowników produkujących ubrania sportowe. CCC wspiera też organizacje pracownicze. Od 1989 roku CCC współpracuje ze związkami zawodowymi, organizacjami pozarządowymi i pracownikami na całym świecie, aby zagwarantować przestrzeganie fundamentalnych praw pracowniczych. CCC edukuje i mobilizuje konsumentów, prowadzi lobbings skierowany do firm i rządów państw, jak również solidarnie wspiera pracowników, którzy walczą o swoje prawa i domagają się lepszych warunków pracy.

Nabijanie kasy

**Gigantyczni detaliści, praktyki zamówień
i warunki pracy w przemyśle odzieżowym**

Clean Clothes Campaign

Spis treści:

* W skrócie	5
Pracując w ciągłych nadgodzinach za głodowe pensje	6
Pracownicy pozbawieni głosu	6
Brak bezpieczeństwa zatrudnienia	7
Godne potępienia praktyki zamówień	7
Wszystko na barkach kobiet	8
Gigantyczny rozmiar to gigantyczna odpowiedzialność	8
1 Wprowadzenie	11
2 Poznajcie Gigantów	15
Obawy związane z Gigantami	17
Wniosek: Rosnąć za wszelką cenę	18
3 Detaliści-giganci i prawa pracownicze	21
Co Giganci mówią, że robią... ..	21
Historia eksploatacji i zwalczania związków zawodowych	24
Wniosek: Teoria nie zawsze pokrywa się z praktyką	26
O krajach, które badaliśmy	27
Bangladesz	27
Indie	27
Sri Lanka	27
Tajlandia	27
4 Płace i godziny pracy	29
Daleko od płacy wystarczającej na życie	29
Dlaczego płaca minimalna nie jest wystarczająca	30
Płace i godziny pracy u dostawców Gigantów	31
Płaca zbyt niska by przeżyć	31
Nadgodziny: nieopłacane i przymusowe	32
Wniosek: Podstawowe potrzeby nie są zaspokajane	34
5 Wolność zrzeszania się	37
Niebezpieczeństwo zabierania głosu	37
Zderzenie z rzeczywistością: prawa związkowe w przepisach prawnych	38
Prawa związkowe u dostawców Gigantów	39
Wniosek: pracownicy pozbawieni głosu	40
6 Niepewność zatrudnienia	43
Rosnące wykorzystanie niepewnych form zatrudnienia	43
Znacznie gorsze płace i warunki pracy	44
Wniosek: brak bezpieczeństwa zatrudnienia	45

7	Dlaczego winny jest model biznesowy Gigantów?	47
	Kpiny ze standardów zgodności	47
	„Odchaczanie” nie wystarczy	48
	Struktury zaopatrzenia: jak Giganci stosują wobec swoich dostawców zasadę „dziel i rządź”	49
	Szybkość realizacji zamówień oraz niepewność są niekorzystne dla pracowników przemysłu odzieżowego	50
	Nieprawdopodobnie niskie ceny to nieprawdopodobnie niskie płace	51
	Wniosek: zjeść ciastko i mieć ciastko	53
8	Pracujące kobiety – dotknięte najciężej	57
	Potrójny ciężar w pracy w przemyśle odzieżowym	57
	Kobiety częściej pracują na stanowiskach, gdzie powszechnie dochodzi do naruszania praw pracowników	57
	Kobiety częściej padają ofiarą łamania praw pracowników	58
	Łamanie praw pracowników ma poważniejsze skutki w przypadku kobiet	59
	Wniosek: najbardziej wykonywane	60
9	Rekomendacje	63
1	Działania dla wszystkich firm w łańcuchu dostaw odzieży	63
	Wdrażanie standardów pracy	63
2a	Działania dla detalistów-gigantów dotyczące kluczowych problemów	64
	Ułatwianie dostępu do wolności zrzeszania się	64
	Wypłacanie wynagrodzeń wystarczających na życie	64
	Bezpieczeństwo zatrudnienia	64
	Równouprawnienie	65
2b	Działania dla detalistów-gigantów dotyczące wdrażania standardów prac	65
	Identyfikowalność i jawność	65
	Nie salwować się ucieczką	65
	Praktyki zamówień	65
	Odpowiedzialne praktyki zamówień	66
3	Rządy	66
	Prawo pracy	66
	Umowy handlowe i inwestycyjne	66
	Odpowiedzialność detalistów	67
	Aneks: Wady kodeksów postępowania detalistów-gigantów	69

**W czasach kryzysu
miliony kobiet
pracujących
w fabrykach ponoszą
koszty zysków
osiąganych przez
Gigantów.**

* W skrócie:

Jest to raport o detalistach – gigantach, czyli sieciach supermarketów takich jak Walmart, Tesco, Carrefour, Lidl i Aldi. To, co je wyróżnia, to ogromna skala działania, globalny zasięg i znaczące udziały w rynkach w wielu krajach. Giganci mają też własny sposób na biznes: wykorzystywanie swojej wielkości, by podporządkowywać sobie dostawców i zmuszać ich do obniżania cen.

Jest to również raport o przemyśle odzieżowym, w którym Giganci są istotnymi graczami. W Wielkiej Brytanii na przykład, ponad jedna czwarta ubrań kupowana jest w sieciach sklepów, które sprzedają także artykuły spożywcze. Jeden na dwóch niemieckich konsumentów kupuje odzież w sklepach takich jak Lidl czy Aldi. Carrefour natomiast jest czwartym co do wielkości sprzedawcą ubrań w Europie.

Jednak przede wszystkim jest to raport o ludziach – głównie kobietach – zatrudnianych przy produkcji odzieży sprzedawanej przez detalistów-gigantów. Kobietach takich jak Amanthi ze Sri Lanki, która szyje ubrania dla Tesco:

„Wychodzę z domu o szóstej rano i wracam o dziewiątej wieczorem” – mówi Amanthi. „Wychodzę, kiedy moja córka jeszcze śpi, i wracam, kiedy już śpi. Widzi mnie tylko przez jeden dzień w tygodniu”.

A także kobietach jak Salma i Kusum, które pracują w Bangladeszu fabryce zaopatrującej Lidla, Carrefoura i Walmarta:

„Gdy wracam do domu, czuję się tak wykończona, że nawet nie mam ochoty jeść” – mówi Salma. Kusum dodaje: „Czasem to wszystko staje się nie do zniesienia i wtedy płaczę. Po chwili muszę wziąć się w garść, bo nie mam wyjścia, muszę pracować”.

W 2008 roku ankieterzy Clean Clothes Campaign rozmawiali z 440 pracownicami i pracownikami w 30 miejscach pracy w czterech krajach: Sri Lance, Indiach, Bangladeszu i Tajlandii. We wszystkich badanych zakładach produkuje się ubrania sprzedawane przez jedną lub kilka spośród pięciu sieci supermarketów, o których jest ten raport: Aldi, Carrefour, Lidla, Tesco i Walmart.

To te kobiety i ich rodziny ponoszą koszty działań Gigantów zmuszających swoich dostawców odzieży do akceptacji zaniżonych cen, coraz krótszych terminów dostaw i coraz większej niepewności zamówień. Realizowanie obecnie stosowanych praktyk zamówień jest możliwe tylko dlatego, że zatrudniane przy produkcji kobiety są pozbawione innych możliwości – znajdują się w tak niekorzystnej sytuacji życiowej, że muszą akceptować jakiegokolwiek oferowane im warunki zatrudnienia.

Co więcej, te niekorzystne formy zatrudnienia jeszcze pogarszają ich sytuację, zwłaszcza w czasie kryzysu fi-

Zakupy u Gigantów

Wartość sprzedaży Walmartu w 2007 wyniosła 345 000 000 000 USD (253 000 000 000 euro), co oznacza, że w ciągu sekundy sprzedawał produkty wartości 10 940 USD¹.

25 000 000 ludzi kupuje każdego dnia w supermarketach Carrefour.

1 na 7 euro wydawanych w brytyjskich sklepach trafia do Tesco.

80% niemieckich konsumentów kupuje w sklepach Aldi.

Sklepy Lidl powstały w 24 krajach europejskich. Nie ma ich jeszcze tylko w 5 spośród 27 krajów Unii Europejskiej.

nansowego, kiedy to pracownice i ich rodziny dotują w pewnym sensie zyski detalistów-gigantów, pracując w ciężkich warunkach za głodowe stawki, na podstawie niepewnych form zatrudnienia. Nie mogą i nie powinny ponosić tych kosztów, jednak ich sytuacja ekonomiczna nie pozostawia im żadnego wyboru. Nie przejmują się tym jednak giganci, zgarniający kolejne zyski.

Pracując w ciągłych nadgodzinach za głodowe pensje

„Czuje się tak zmęczona i chora po dniu pracy, że nie chcę do niej wracać następnego dnia. Groźba głodu nie pozwala mi jednak myśleć o chorobie, myśl o życiu z pustym żołądkiem sprawia, że zapominam o całej reszcie. Pracujemy, by uchronić się przed głodem.”

Kobieta zatrudniona przez dostawcę Walmarta i Carrefoura w Bangladeszu

Pracownicy zatrudniani w łańcuchu dostaw Gigantów mają prawo do pensji wystarczającej na życie – takiej, która zaspokoi podstawowe potrzeby ich rodzin i którą otrzymają za 48 godzinny tydzień pracy. Nasze badania pokazują, że po trzykroć są pozbawiani tego prawa.

Po pierwsze, już na wstępie niskie stawki za godzinę pracy oznaczają, że pozbawieni są prawa do płacy wystarczającej na życie, niezależnie od tego, jak ciężko pracują. U dostawcy sieci Aldi w Bangladeszu najniższa płaca podstawowa (bez nadgodzin) to 13,50 euro na miesiąc; najniższa płaca „na rękę” (włączając nadgodziny) u dostawcy Lidl i Walmartu to 21 euro. W Indiach niewykwalifikowani pracownicy zaczynają od 45 euro na miesiąc, a w Sri Lance początkowa pensja to 33,5 euro. Nigdzie jednak pracownicy nie dostają pensji wystarczającej na zaspokojenie ich podstawowych potrzeb.

„Musimy spać w zatłoczonych pokojach ze ścianami skleconymi z desek. Nie ma w nich wystarczającej wentylacji ani ochrony przed insektami... Wydaję swoją pensję bardzo oszczędnie, gdyż muszę zapłacić za zakwaterowanie i jedzenie, a część wysłać do domu na szkołę dla mojej siostry”.

Kobieta pracująca w fabryce na Sri Lance zaopatrującej sklepy Tesco, Walmart i Carrefour

Po drugie, pracownicy są okradani ze swojego wolnego czasu przez menadżerów zmuszających ich do pracy do późna. 48 godzinny tydzień pracy to nic nieznanego pojęcie w rzeczywistości fabryki, gdzie przymusowe nadgodziny są na porządku dziennym, a limit maksimum 60 nadgodzin też jest ignorowany. Pracownicy fabryki na Sri Lance zaopatrującej Tesco mówią, że przepracowują średnio ponad 64 nadgodziny tygodniowo. Z dziesięciu fabryk przebadanych w Bangladeszu, w żadnej średni tydzień pracy nie był

krótszy niż 60 godzin, w czterech z nich pracuje się ponad 80 godzin tygodniowo.

„Musimy pracować od 9:00 rano do 1:00 w nocy. Nie możemy wybrać pracy tylko w ciągu dnia lub w ciągu nocy. To cały dzień pracy. I tak musimy pracować przez 30 dni w miesiącu.”

Kobieta zatrudniona przez dostawcę sieci Carrefour w Indiach

Po trzecie, i to jest najbardziej oburzające, biorąc pod uwagę fakt, jak ciężko jest się im utrzymać, pracownicy ci nie dostają wynagrodzenia za przepracowane nadgodziny. Nie wspominamy tu już o zasadzie wyższego wynagrodzenia z pracą w nadgodzinach; po prostu nie są one opłacane.

„Dużo pracujemy w nadgodzinach, prawie każdego dnia trzeba zostać przynajmniej godzinę dłużej. Jesteśmy też wzywani do pracy w niedziele. Tego dodatkowego czasu pracy nie widać na naszych odcinkach wypłaty. Wykazuje się na nich najwyżej 1-2 nadgodziny na miesiąc.”

Kobieta zatrudniona przez dostawcę Tesco w Indiach

Pracownicy pozbawieni głosu

„Jeśli spróbujemy założyć związek zawodowy, stracimy pracę, więc nie chcę żadnych związków.”

Pracownica dostawcy sieci Lidl i Walmart w Bangladeszu

Papierkiem lakmusowym sprawdzającym, czy poszczególne marki i detaliści poważnie traktują swoją odpowiedzialność za przestrzeganie praw pracowniczych, nie jest to, czy powstają związki zawodowe w ich miejscach pracy, lecz to, czy pracownicy mają pewność, że jeśli zechcą się zorganizować, nie zostaną ukarani. Potrzebny jest tu jasny sygnał od detalistów i marek do menadżerów i pracowników zaopatrujących ich fabryk oraz skuteczna i niezależna edukacja pracowników. W żadnym z badanych przez nas miejsc pracy sytuacja nie była jasna, prawie w każdym przypadku pracownicy twierdzili, że postawa menadżerów uniemożliwia założenie związku zawodowego.

„Żartujecie? Nam nawet zabrania się rozmawiania ze sobą na terenie fabryki, a wy mówicie o związkach zawodowych. (...) Nikt sobie nawet nie wyobraża założenia związku zawodowego w naszej firmie.”

Pracownik fabryki zaopatrującej Carrefoura, Indie

Dostawca sieci Aldi z Bangladeszu zwolnił jednego z pracowników za działalność związkową. Dwie inne pracownice nie tylko zostały zwolnione, ale też zmuszono je do wyprowadzenia się z sąsiedztwa fabryki, gdyż próbowały zorganizować innych pracowników. Ankietowani pracownicy opowiadają o podejmowanych przez kierownictwo fabryk różnych działaniach

mających na celu zduszenie w zarodku wszelkich wyrazów niezadowolenia, włączając pobicia, zwolnienia z pracy czy fałszywe oskarżenia pracowników o naruszenie prawa.

„Jeśli założysz związek, wyrzucą cię z pracy. Będziesz zwolniony pod byle pretekstem, bez uprzedzenia.”

Pracownica fabryki zaopatrującej Tesco, Indie

Brak bezpieczeństwa zatrudnienia

„Pracownicy zatrudnieni bezpośrednio przez firmę zarobią więcej niż ci pracujący dla podwykonawców.”

Pracownik dostawcy sieci Carrefour, Indie

Nasze badania w Indiach, Sri Lance i Tajlandii pokazały, że pracownicy produkujący ubrania dla detalicznych gigantów nie mają prawa do bezpieczeństwa pracy i stałego zatrudnienia. Pracownicy tymczasowi i ci zatrudniani przez podwykonawców dostają niższe pensje, pracują w gorszych warunkach i ciągle obawiają się utraty pracy. Ponad połowa pracowników zatrudnianych przez dostawcę Tesco w Sri Lance pracuje na podstawie umów czasowych - ci pracownicy znacznie bardziej obawiają się utraty pracy niż pracujący u innego dostawcy zatrudniającego tylko kilku pracowników tymczasowych. Rotacja pracowników i łatwość, z jaką są zwalniani, sprawia, że zorganizowanie związku zawodowego staje się jeszcze trudniejsze.

„Organizowanie związków zawodowych wydaje się być niewykonalne. Mogą to robić ludzie zatrudnieni bezpośrednio przez firmę, bo są tam na stałe, ale ingerencja podwykonawców jest tak ogromna, że ludzie nie mogą się zorganizować.”

Pracownik Walmarta, Indie

Zatrudnianie przez podwykonawców nie jest kwestią kilku dodatkowych pracowników zatrudnianych od czasu do czasu w razie nagłej potrzeby; to systematyczne rozwijanie pozbawionych bezpieczeństwa pracy form zatrudnienia, będące sposobem na nieregularne zamówienia, a także na dalsze uzależnianie pracowników od pracodawcy.

„Martwię się o bezpieczeństwo. Nie mam żadnego bezpieczeństwa zatrudnienia, bo jestem podwykonawcą. Zawsze boję się, że nie będę miał pieniędzy na miesięczne zobowiązania.”

Dostawca Tesco, Tajlandia

W Tajlandii pracownicy w warsztatach podwykonawców zaopatrujących Tesco i Walmarta pracują w najgorszych warunkach. Przepracowują więcej nadgodzin za niższą pensję, wielu spośród nich poddało się i odeszło z pracy, nie mogąc przeżyć za oferowaną płacę.

Godne potępienia praktyki zamówień

„Szczerze mówiąc, gdybyśmy chcieli przestrzegać tych wszystkich standardów, nie byłoby komu zlecać produkcji ubrań.”

Pracownik Tesco odpowiedzialny za zamówienia, Indie

Detaliści – giganci preferują praktyki zamówień, które mają na celu zapewnienie jak najniższych cen i elastyczności dostawców. Równocześnie zapewniają, że usprawniają systemy produkcji w celu wdrażania swoich kodeksów postępowania dotyczących praw pracowniczych. Te dwa założenia są często nie do pogodzenia, gdyż praktyki zamówień stosowane przez Gigantów stwarzają wiele problemów rozwiązywanych przez dostawców kosztem pracowników.

„Oczywiście nabywca [Walmart] ma wiele standardów, jakie należy spełnić. Jeśli chcielibyśmy im sprostać, mogliśmy równie dobrze zostać w domu. Nie byłoby żadnej produkcji... Prosić nas o podjęcie produkcji z kodeksem postępowania to jedno, ale jego przestrzeganie to co innego.”

Menadżer fabryki, Tirupur, Indie

Po pierwsze, Giganci wywierają presję na swoich dostawców. Niskie ceny oferowane przez Gigantów i inne niekorzystne warunki zamówień sprawiają, że do łańcucha dostawców dołączają producenci najbardziej zdesperowani lub „mniej sumienni” w przestrzeganiu standardów.

„Jeżeli uznają, że zamówienie nie może być zrealizowane za oferowaną kwotę, nie przyjmują zlecenia. Jednak nawet jeśli my nie przyjmujemy zamówienia, jest dużo innych zakładów, które podejmą się produkcji za cenę oferowaną przez nabywcę, albo nawet mniejszą... Nie wiem, jak one to robią.”

Dostawca Walmarta, Indie

Po drugie, presja powstała w wyniku nie dających się pogodzić oczekiwań dobrych warunków pracy oraz równocześnie szybszej i tańszej produkcji jest łagodzona poprzez zatajanie nieprzestrzegania wymaganych procedur. W trakcie naszych badań odkryliśmy fałszowane ewidencje czasu pracy, odcinki wypłat, praktyki zmuszania pracowników do okłamywania inspektorów i wiele innych sztuczek. Nawet jeśli wśród kierownictwa Gigantów i w ich publicznych oświadczeniach przywiązuje się dużą wagę do audytów społecznych, wyniki naszych badań pokazują, że rzeczywiste warunki w fabrykach różnią się znacznie od tych przedstawionych w raportach z audytów społecznych.

„Najgorsza jest Asda (brytyjska filia Walmarta). Ciągle coś zmieniają, tak że trudno jest nam sfinalizować

produkcję w umówionym terminie. Ale oni nigdy nie przyznają się do tego, że to ich wina.”

Dostawca Walmarta, Indie

Wreszcie, po trzeciej, presja czasu i niskich cen przeliczana jest w rezultacie na pracowników w postaci niskich płac i niepewności zatrudnienia. Ostatecznie to pracownicy przemysłu odzieżowego subsydują niskie ceny ubrań w supermarketach. Pozwala na to szeroko rozpowszechniony system pośredniego zatrudniania pracowników poprzez podwykonawców i ciągła praca w nieopłacanych, przymusowych nadgodzinach.

„Lotus (Tesco) płaci nam mniej za trudne do wykonania produkty. Musimy na nie poświęcać dużo więcej czasu, a dostajemy mniej pieniędzy... Praca dla Lotusa to dla nas ogromny stres. Dają nam bardzo krótkie terminy.”

Pracownicy podwykonawców, Tajlandia

Wszystko na barkach kobiet

„Jestem dziewczyną, ale nie mam nawet jednej pary kolczyków. Nie stać mnie na to, by się modnie ubierać, bo moja pensja prawie na nic mi nie wystarcza, ale co robić?”

Kobieta zatrudniona w fabryce w Sri Lance.

Presja czasu i niskich kosztów produkcji prowadzi do ciężkich warunków pracy, zbyt niskich pensji, prześladowania związków zawodowych i braku bezpieczeństwa zatrudnienia. Koszty te nie są jednak równomiernie podzielone pomiędzy pracowników, głównie spadają na kobiety. One znacznie częściej podejmują prace tam, gdzie łamanie praw pracowniczych i brak bezpieczeństwa zatrudnienia są powszechne.

Kobiety są bardziej podatne na łamanie praw pracowniczych. Konieczność utrzymania rodziny i pogodzenia obowiązków domowych z pracą zawodową zmniejszają zdolność kobiet do zmiany pracy czy dążenia do polepszenia swojej sytuacji w obecnym miejscu pracy. Ograniczenia ekonomiczne i kulturowe utrudniają kobietom dążenie do polepszania swoich warunków pracy poprzez np. działanie w związkach zawodowych.

„W tej fabryce pracują głównie kobiety, więc nie możemy strajkować.”

Kobieta zatrudniona w fabryce zaopatrującej Lidla i Walmarta, Bangladesz

W trakcie naszych badań odkryliśmy wiele przykładów dyskryminacji ze względu na płeć, szczególnie w Bangladeszu: pracownice-kobiety zarabiają mniej niż pracownicy-mężczyźni, mają mniejsze szanse na awans, a pobicia i obrazy słowne – często na tle seksualnym – nie są jednostkowymi przypadkami, a zjawiskiem nagminnym.

„Używają takich słów, których nawet nie mogę powtórzyć. Sprawiają, że czujesz się tak strasznie, że chcesz rzucić tą pracę.”

Kobieta z fabryki zaopatrującej Walmarta, Carrefoura i Lidla, Bangladesz

W większości fabryk, które odwiedziliśmy w Bangladeszu, spotkaliśmy kobiety w zaawansowanej ciąży zmuszane do pracy w takim samym wymiarze godzin jak reszta pracowników – włączając pracę do późnego wieczora, a nawet w nocy – do czasu kiedy odchodziły na urlop macierzyński.

„Jeśli fabryka pracuje do 22:00, kobiety w ciąży też muszą pracować do tej godziny.”

Kobieta z fabryki zaopatrującej Walmarta, Carrefoura i Lidla, Bangladesz

We wszystkich z wyjątkiem dwóch fabryk badanych przez nas w Bangladeszu były pokoje przeznaczone do opieki nad dziećmi, w połowie z tych fabryk, przy których istniały „przyszkolowe przedszkola”, a które produkowały na potrzeby wszystkich pięciu Gigantów, pracownice wyjaśniały jednak, że opieka nad dziećmi miała miejsce tylko w czasie wizyt potencjalnych nabywców lub audytorów.

Gigantyczny rozmiar to gigantyczna odpowiedzialność

Detaliści-giganci deklarują, że podejmują działania mające na celu rozwiązanie problemu łamania praw pracowniczych w ich łańcuchach dostaw. Jednak wyniki naszych badań jednoznacznie pokazują, że te działania nie są wystarczające, co więcej, praktyki zamówień stosowane przez Gigantów pogarszają sytuację. Detaliści-giganci i ich dostawcy powinni:

1. Przyjąć kodeksy postępowania zawierające standardy pracy odpowiadające tym ustalonym w Kodeksie Postępowania CCC lub wyższe. Kodeksy te powinny obejmować pracowników na każdym etapie produkcji w całych łańcuchach dostaw, włączając tych zatrudnionych przy sprzedaży i dystrybucji, jak i tych pracujących przy produkcji.
2. Wprowadzać w życie, monitorować i weryfikować przestrzeganie tych kodeksów poprzez bezpośrednią współpracę ze związkami zawodowymi i grupami zajmującymi się prawami pracowniczymi w ramach którejś z wiarygodnych inicjatyw wielostronnych (Multi-stakeholder initiatives – MSI), w której powyższe organizacje są reprezentowane na każdym poziomie podejmowania decyzji.

Podejmując te działania, szczególną wagę powinno się przywiązywać do:

- Aktywnej promocji prawa do wolności zrzeszania się, podejmowanej przy pomocy dających się zweryfikować środków. Wszyscy pracownicy

powinni mieć prawo do założenia lub przyłączenia się do związku zawodowego lub innej autonomicznej organizacji reprezentującej ich interesy oraz prowadzenia negocjacji zbiorowych z pracodawcą.

- Rozwijania metodologii pozwalającej na określenie i stosowanie płacy wystarczającej na życie (living wage), a w międzyczasie podjęcia natychmiastowych kroków zmierzających do podwyższenia płac. Kwota płacy wystarczającej na życie powinna być wyliczona w oparciu o normalny wymiar czasu pracy, powinna dotyczyć też wszystkich pracowników.
- Eliminowanie przejawów dyskryminacji ze względu na płeć, włączając dyskryminację w procesie rekrutacyjnym, w wysokości wynagrodzeń, w dostępie do szkoleń i możliwości awansu.
- Zadbania o to, by pracownicy wykonujący główne prace fabryki mieli prawo do stałego zatrudnienia. Niepewne formy zatrudnienia nie powinny być stosowane w celu pozbawiania pracowników praw i przywilejów pracowniczych, do jakich uprawnia stałe zatrudnienie.
- Ujawniania nazw oraz lokalizacji fabryk dostawców oraz wyników przeprowadzanych w nich audytów.
- „Nieodcinania się i nieuciekania” od dostawców, kiedy ujawnione zostają naruszenia standardów w ich fabrykach.

3. Zanalizować wpływ swoich praktyk zamówień na wszystkich pracowników, podjęć działania zapobiegające ich negatywnym skutkom i powiadomić o wynikach tej analizy zarówno pracowników w całym łańcuchach dostawczych jak i ich reprezentantów oraz opinię publiczną.

4. Wprowadzić odpowiedzialne praktyki zamówień. Powstrzymać się od kampanii reklamowych kreujących nierealne oczekiwania konsumentów dotyczące niskich cen.

Rządy krajów, przez które przebiegają łańcuch dostawców – zarówno krajów, gdzie odzież jest produkowana, jak i tych, gdzie jest sprzedawana – powinny:

1. Ratyfikować, wprowadzać w życie i monitorować przestrzeganie wszystkich adekwatnych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP). Zapewnić zgodność prawa krajowego z uznanymi standardami międzynarodowymi, a także jego efektywne przestrzeganie. Nacisk powinien być położony na silne umocowanie prawne działalności związków zawodowych, ustalenie płacy minimalnej, która będzie płacą wystarczającą na życie, oraz zagwarantowanie, że niepewne formy zatrudnienia nie będą stosowane w celu pozbawiania praw i przywilejów pracowniczych wynikających ze

stałego zatrudnienia. Promować przestrzeganie praw pracowników poprzez i w ramach MOP.

2. Gwarantować, że warunki działania zagranicznych inwestorów nie będą sprzeczne z obowiązującym prawem pracy, włączając gwarantowanie mechanizmów zapewniających pociąganie do odpowiedzialności inwestorów przez władze krajów goszczących w razie naruszeń obowiązujących praw pracowniczych w całym łańcuchu dostawców.

3. Wprowadzić w życie przepisy prawne pozwalające na pociągnięcie do odpowiedzialności winnych naruszeń praw pracowniczych w całym łańcuchu dostawców i dające pracownikom instrumenty do dochodzenia swych praw. Takie mechanizmy prawne powinny funkcjonować zarówno w krajach, w których produkty są wytwarzane, jak i w tych, w których znajdują się siedziby główne detalistów.

Niskie ceny w supermarketach są możliwe dzięki modelowi działania Gigantów, subsydiowanemu przez miliony pracowników na całym świecie.

Rozdział 1

Wprowadzenie

Niewiele firm ma tak ogromny wpływ na życie konsumentów i pracowników jak dużej skali detaliści, czyli sieci supermarketów, nazywani przez nas Gigantami. Tych kilka największych sieci supermarketów już na dobre zakorzeniło się w kulturze i codziennym życiu społeczeństw wielu krajów tzw. Zachodu. Regularne wizyty w ich sklepach stały się rytuałem i stałym elementem życia zachodnich konsumentów.

Model działania Gigantów to także jeden z głównych produktów eksportowych Europy i Ameryki Północnej. Trzech detalistów-gigantów, wśród nich dwie sieci amerykańskie i jedna francuska, pokrywają 40 % całej sprzedaży detalicznej w Brazylii². Podobna sytuacja ma miejsce w innych krajach Ameryki Południowej, a także Południowej Afryki, gdzie około połowa wszystkich sprzedawanych produktów spożywczych kupowana jest w supermarketach³. Największa bitwa toczy się o Chiny, gdzie w 2006 obecnych było 36 z 50 największych na świecie sieci supermarketów. Kraj, który jeszcze w 1990⁴ miał jeden supermarket, dorobił się już 70 000 takich sklepów zaledwie w ciągu 16 lat⁵.

Na całym świecie to głównie kobiety robią zakupy dla siebie i dla swoich rodzin w sklepach detalistów-gigantów⁶. Kupują produkty w większości wyhodowane, zebrane czy wyprodukowane przez inne kobiety-pracownice. Półki w supermarketach są wypełnione towarami, sklepy wysprzątane, a kasy działają na wysokich obrotach także w większości dzięki kobietom. Z drugiej strony, rzut oka na skład zarządów sieci supermarketów wystarczy, by zorientować się, że kobiety rzadko pociągają za sznurki kierujące tymi firmami i raczej nie przynoszą do domów siedmiocyfrowych pensji.

Detaliści-giganci znani są z ogromnych udziałów w rynkach, niskich cen i szerokiego wyboru, sprzedawanych w dużych ilościach produktów - zaczynając od artykułów spożywczych, poprzez artykuły farmaceutyczne, a na produktach bankowych kończąc. W niektórych krajach w sklepach detalistów-gigantów możemy kupić wszystko, czego potrzebujemy i na co mamy ochotę.

Sieci sklepów Gigantów działają w kilkudziesięciu krajach. Króluje wśród nich amerykańska sieć Walmart,

z 345 miliardami dolarów (253 miliardów euro) obrotu w 2007. Nie tylko jest to największy na świecie detalista, ale największa firma. Na całym świecie 175 milionów ludzi tygodniowo odwiedza sklepy Walmart⁷.

Walmart jest może największym, ale nie jedynym Gigantem wśród supermarketów. Sklepy największego europejskiego detalisty – francuskiego Carrefoura – odwiedza każdego dnia 25 milionów ludzi⁸. Do brytyjskiego Tesco trafia jedno na każde siedem euro wydawane w sklepach Wielkiej Brytanii⁹. W supermarketach Tesco na całym świecie kupuje 30 milionów osób tygodniowo¹⁰. W sumie te trzy sieci są obecne w 43 krajach na czterech kontynentach.

Po piątach depczą im tak zwane „dyskonty”, jedni z niewielu detalistów, których interes rozkwita w momencie, gdy konsumenci zaczynają odczuwać skutki problemów ekonomicznych. Do tej grupy należą takie sieci jak Lidl czy Aldi. Obcinają ceny do granic możliwości, oferują zaledwie kilkaset produktów, a znane i renomowane marki zastępują własnymi tanimi odpowiednikami.

Według prognoz dyskonty będą zwiększać udział w handlu artykułami spożywczymi w Europie od 17,6% do 19,5% przed 2012 – te produkty są podstawą ich sprzedaży. Udział ten może być nawet wyższy, gdyż w czasie kryzysu dyskonty przyciągają coraz więcej klientów¹¹. Tylko w Stanach Zjednoczonych w 2008 roku Aldi otworzył 100 nowych sklepów, zwiększając tym samym liczbę swoich placówek w tym kraju do 1000. Aldi obsługuje miesięcznie 15 milionów klientów w Stanach Zjednoczonych¹².

Tak jak to opisujemy w rozdziale drugim, Giganci odgrywają coraz większą rolę w przemyśle odzieżowym,

podobnie jak w wielu innych branżach. Już w 2005 roku w supermarketach sprzedawano odzież i obuwie wartości 54 miliardów euro – co stanowiło 6% światowej sprzedaży tych artykułów¹³.

Ogromny rozmiar i rozległość łańcuchów dostawczych złożonych z podmiotów produkujących i dostarczających ubrania do sklepów Gigantów sprawia, że wielkie sieci supermarketów stały się także istotnym graczem w dziedzinie praw pracowniczych. Co więcej, Giganci deklarują, że tą swoją rolę i odpowiedzialność traktują poważnie.

„Oczywiście, wielką wagę przykładamy do tego, by nasze produkty wytwarzane były w godnych warunkach pracy”, pisze Thomas Reichrath z Aldi¹⁴. „W Walmarcie jesteśmy przywiązani do zachowań etycznych, społecznie odpowiedzialnych, używamy dostępnych nam środków i energii do przeprowadzania pozytywnych zmian, mówi jeden z szefów firmy Lee Scott¹⁵. Szef Tesco Sir Terry Leahy twierdzi, że jest równie etycznie zaangażowany: „Odpowiedzialność biznesu nie jest dodatkowym ciężarem i przeszkodą w zadowalaniu naszych klientów, jest istotnym czynnikiem rozwijania naszej odpowiedzialnej firmy”¹⁶.

W rozdziale trzecim pokazujemy, jak te stwierdzenia przekładają się na praktykę. Wszyscy Giganci przyłączyli się do deklaracji obiecujących zapewnienie pewnego poziomu warunków pracy kobiet i mężczyzn wytwarzających produkty sprzedawane przez te sieci supermarketów. Jako członkowie różnych inicjatyw, które mają na celu poprawianie przestrzegania standardów pracy, Giganci wydają każdego roku miliony euro na promowanie swojej marki jako marki „etycznej”, a tysiące fabryk zaopatrujących Gigantów jest poddawana corocznym kontrolom.

Giganci naruszają standardy, które sami ustalili.

Mimo tego nie jest tajemnicą, że ciężkie warunki pracy i łamanie standardów w pracy (do których przywiązanie głoszą Giganci) jest szeroko rozpowszechnione w zakładach, gdzie produkowane są produkty sprzedawane w wielkich sieciach supermarketów. Gigantom zarzuca się również łamanie praw pracowniczych w bliższej okolicy ich głównych siedzib, czyli w sklepach sieci supermarketów, co także opisujemy w rozdziale trzecim.

Te problemy nie tylko nie są rozwiązywane, a stają się coraz poważniejsze. Pracownicy wciąż otrzymują płace, które nie pozwalają im utrzymać siebie i swoich rodzin, są zmuszani do pracy w przedłużających się nadgodzinach, ledwie wiążą koniec z końcem. Coraz więcej pracowników jest zatrudnianych na podstawie umów tymczasowych, które nie gwarantują dochodów na dłuższą metę. Historii o stosowaniu przemocy słownej, fizycznej czy na tle seksualnym jest całe mnóstwo, pracownicy w praktyce nie mają prawa do zrzeszania się w związkach zawodowych, nie mają nikogo, kto broniłby ich praw. Kobiety – stanowiące większość pracowników – są łatwiejszymi ofiarami tych wszystkich nadużyć, co sprawia, że problemy łamania praw pracowniczych dotyczą głównie ich.

Rozdziały od czwartego do ósmego prezentują wyniki nowych badań przeprowadzonych na potrzeby tego raportu w 2008 roku. Nasi ankieterzy rozmawiali z 440 pracownikami w 30 fabrykach zaopatrujących sieci Lidl, Aldi, Tesco, Walmart i Carrefour. Ankieterzy spotykali się z pracownikami poza fabrykami, często w ich domach. W wielu przypadkach poświęcili dużo czasu, by zdobyć zaufanie pracowników i uzyskać od nich pełne i szczere odpowiedzi na pytania dotyczące ich warunków pracy. Chronimy tożsamość rozmawiających z nami pracowników, więc ich imiona i nazwiska, podobnie jak nazwy fabryk, w których są zatrudnieni, nie są przez nas ujawniane. Obok indywidualnych rozmów, zorganizowaliśmy również dyskusje pracowników w grupach fokusowych, pogłębione badania oraz rozmowy z lokalnymi organizacjami pozarządowymi i przedstawicielami przemysłu odzieżowego. Rozmawialiśmy również z pięcioma pracownikami zatrudnionymi bezpośrednio przez Gigantów, sześcioma agentami zajmującymi się składaniem zamówień, dwunastoma menadżerami fabryk i dwoma konsultantami zajmującymi się promocją etycznych marek¹⁷.

Nasze badania pokazały dużo więcej niż tylko brak szacunku wobec podstawowych praw pracowniczych i godności pracowników produkujących ubrania na potrzeby Gigantów, choć te problemy są wystarczająco szokujące same w sobie. Rozdział siódmy pokazuje, jak detaliści-giganci podważają swoje własne standardy etyczne, zlecając produkcję dostawcom, którzy z całą pewnością dopuszczają się łamania praw pracowniczych.

Działanie na wielką skalę i modele zwiększające efektywność produkcji, dzięki którym codzienne niskie ceny i wielkie zyski Gigantów są możliwe, nie są tylko niegroźnymi narzędziami dobrodusznego biznesu. Koszty tych działań ponoszą miliony ludzi na całym świecie. Kobiety zatrudnione w przemyśle odzieżowym płacą je, pracując w ciężkich warunkach, w niepełnych formach zatrudnienia, i otrzymując głodowe pensje. Kosztów tych nie są w stanie i nie powinny ponosić. Do przyjmowania na siebie tego ciężaru zmusza je ciężka sytuacja ekonomiczna i brak alternatywy. Zwłaszcza w czasie kryzysu finansowego, który dotyka wiele rodzin z trudem wiążących koniec z końcem, miliony kobiet zatrudnionych w fabrykach odzieżowych ponoszą koszty zysków detalistów-gigantów.

Efektem ubocznym strategii działania Gigantów jest eksploatacja ludzi w całym łańcuchu produkcji, niszczenie ich społeczności lokalnych, środowiska naturalnego i pozbawianie ich środków do życia.

Rozdział 2

Poznajcie Gigantów

Detaliści-giganci tacy jak Walmart, Tesco, Carrefour, Lidl i Aldi są ważnymi graczami na rynku odzieżowym, W Wielkiej Brytanii, na przykład, ponad jedna czwarta sprzedawanej odzieży jest kupowana w sieciach supermarketów, oferujących również artykuły spożywcze¹⁸. Co drugi niemiecki konsument kupuje ubrania w dyskontach, takich jak Aldi czy Lidl¹⁹. Carrefour natomiast jest czwartym co do wielkości sprzedawcą odzieży w Europie²⁰.

Detaliści ci mają coraz większy udział w sprzedaży w ogóle, a w sektorze odzieżowym w szczególności. Nie przypominają jednak typowych firm sprzedających ubrania. Ich specyfika sprawia, że są potężniejsi niż zwykłe firmy odzieżowe. Ich rosnące znaczenie w sektorze sprzedaży ubrań jest przedmiotem wielu kontrowersji i krytyki.

Pierwsza i najważniejsza kwestia to rozmiar Gigantów i skala ich działania. Tabela 1 pokazuje, że jeśli chodzi o wysokość obrotów Giganci, wyprzedzają dwie największe światowe firmy specjalizujące się w sprzedaży odzieży. Natomiast w Tabeli 2 obroty Gigantów porównane zostały do wysokości PKB krajów produkujących odzież, o których mowa w niniejszym raporcie. Z tego porównania wynika, że Giganci generują więcej pieniędzy niż wspomniane państwa.

Znaczenie rozmiaru Gigantów, ważnego i podkreślonego w naszym raporcie aspektu modelu działania dużych sieci supermarketów, zobrazowany został przez „wirtualne koło” przedstawione na Wykresie 1. Niektórzy detaliści, tacy jak Lidl, zaciągnęli ogromne kredyty, by sfinansować swoją międzynarodową ekspansję i zastosować właśnie efekt skali²¹. Podobnie kapitał Tesco pozwolił tej sieci na szybką ekspansję w Stanach Zjednoczonych, której skalę obrazuje koszt miliardów euro.

Dzięki ogromnym rozmiarom Giganci mogą stosować korzyści skali, co pozwala im na znaczące cięcie kosztów. Na przykład w 1999 para jeansów w brytyjskiej sieci supermarketów Asda kosztowała 23 euro. Trzy lata później, po przejęciu tej sieci przez amerykańskiego Giganta (Walmart), koszt jeansów zmniejszył się o ponad połowę, do 9 euro²⁴. Teraz te same jeansy kosztują 4 euro²⁵. Podobnie jest z artykułami spożywczymi. Wykres 2 pokazuje silny związek między cenami,

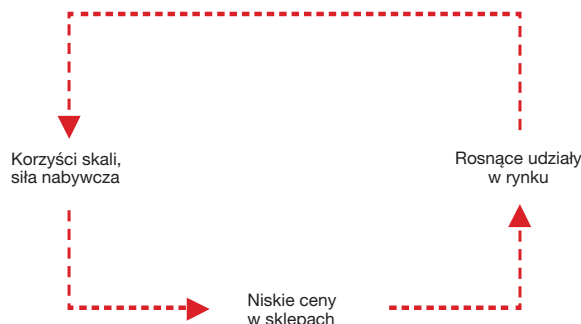
Tabela 1: Zyski i obroty Gigantów w porównaniu do głównych firm odzieżowych (w miliardach €)²²

Firma	Obroty	Zyski
Walmart	253	15,06
Carrefour	83	3,3
Tesco	76,7	4,16
Schwartz Grup (Lidl)	52	
Aldi	47	
Gap	11,60	0,97
Inditex	9,9	1,7

Tabela 2: Obroty Gigantów porównane do PKB krajów eksportujących odzież opisanych w raporcie²³.

	2007 w miliardach US\$	2007 w miliardach €
Indie	1099	807
Walmart	345	253
Tajlandia	246	181
Carrefour	113	83
Tesco	105	77
Bangladesz	72	53
Lidl/Schwartz Group	71	52
Aldi	64	47
Sri Lanka	30	22

Wykres 1: Przetwarzają najtańsi



jakie brytyjskie supermarkety oferują dostawcom artykułów spożywczych, a skalą ich udziału w rynku.

Rozdział siódmy opisuje, jak Giganci używają swojej siły nabywczej, by wynegocjować jak najlepsze dla siebie warunki dostaw odzieży.

Kolejną charakterystyczną cechą Gigantów jest ich rosnący udział w wielu różnych sektorach sprzedaży. Tesco, Carrefour i Walmart są głównymi detalistami artykułów spożywczych w swoich rodzimych krajach. Tesco pokrywa jedną trzecią²⁷, Carrefour – jedną czwartą²⁸, a Walmart – jedną piątą²⁹ rynku artykułów spożywczych w swoim kraju. Wszystkie te firmy wciąż zwiększają swoje udziały w sprzedaży. Aldi i Lidl dominują na rynku dyskontów w Niemczech, dzieląc między siebie 50% udziałów w sprzedaży tego sektora³⁰.

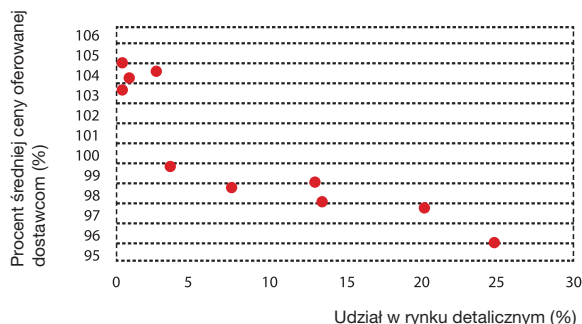
Jednak sprzedaż artykułów spożywczych to nie jedyny sektor, w którym Giganci mają znaczące udziały. Magazyn *Business Week* już w 2003 roku pisał o Walmarcie, że jest on:

...największym krajowym sprzedawcą artykułów spożywczych i trzecim co do wielkości sprzedawcą artykułów chemii domowej i kosmetyków... W Stanach Zjednoczonych firma ta przejęła 30% sprzedaży podstawowych artykułów gospodarstwa domowego takich jak pasta do zębów, szampon czy papier toaletowy, a analitycy przewidują, że ten udział może zwiększyć się do 50% przed końcem dekady. Walmart jest też głównym detalistą Hollywood, odpowiedzialnym za 15 do 20% sprzedaży płyt CD, video czy DVD. Ten megadetalista do połowy lat 90-tych nie miał w swojej ofercie czasopism, teraz sprzedaje 15% spośród wszystkich egzemplarzy dostępnych na rynku amerykańskim³¹.

„Co ciekawe, siłą napędzającą rozwój sieci sprzedających artykuły spożywcze w Europie było rozwijanie sprzedaży innych artykułów”

Stwierdził, także w 2003, Richard Perks, dyrektor działu badań zajmującego się detalistami w agencji badań rynkowych Mintel³².

Wykres 2: Związek między wysokością udziałów w rynku a cenami oferowanymi dostawcom²⁶



Pięć omawianych w raporcie sieci supermarketów prowadzi sprzedaż detaliczną na sześciu kontynentach.

Kolejna istotna cecha to globalny zasięg Gigantów. Jak pokazuje Tabela 3, pięć omawianych w raporcie sieci supermarketów prowadzi sprzedaż detaliczną na sześciu kontynentach. Wszędzie dążą nie tylko do dominacji w sprzedaży artykułów spożywczych, lecz również do przejmowania kolejnych sektorów, łącząc się lub wykupując nawzajem, zawsze korzystając ze swych gigantycznych rozmiarów.

Giganci nie przebierają w środkach, walcząc o konsumentów, angażując się w ciągłe wojny cenowe, wchodząc w kolejne sektory, naruszając swoje „terytoria”, zagospodarowują każdy wolny skrawek rynku. Takie są kulisy szybkiej ekspansji dyskontów w rodzaju Lidla czy Aldi, których strategią jest przebijanie supermarketów w obniżaniu cen w celu przyciągnięcia nowych klientów, zwłaszcza w obecnej niepewnej sytuacji ekonomicznej. Przykładem podobnych działań jest powstanie nowych wersji sklepów Gigantów, takich jak Tesco-Metro czy Carrefour Express, które mają zagospodarować inny rynek – „wygodnego kupowania”.

Ekspansja w kolejnych krajach sprawia, że Giganci ciągle się rozrastają, zwiększając również swoją siłę nabywczą. Wkraczają na nowe rynki, które nie są jeszcze rozwinięte i gdzie konkurencja nie jest tak silna. Strategia Gigantów wchodzących na nowy rynek to wykupywanie wiodącej sieci supermarketów i szybkie pięcie się na pierwsze miejsce wśród detalistów w danym kraju³³. W 2005 roku Tesco i Carrefour ogłosiły wymianę swoich zasobów. Tesco sprzedało Carrefourowi swoją sieć supermarketów na Tajwanie, a w zamian Carrefour odstąpił Tesco sklepy w Czechach i na Słowacji³⁴. Pozwoliło to obu firmom na zwiększenie udziałów w rynkach tych państw, tak jakby stwierdziły: „Ten kraj jest za mały dla nas obu”.

Nie tylko sklepy Gigantów otwierane są w coraz to nowych krajach, równocześnie trwa ekspansja łańcucha produkcji dostarczającego produkty sprzedawane w supermarketach. Kilka damskich ubrań, jakie znaleźliśmy latem 2008 na wyprzedazy w sklepie Carrefoura w Belgii, zostały wyprodukowane w Bangladeszu, Chinach, Grecji, Hong Kongu, Indiach, Mauritiusie, Pakistanie, Rumunii, Serbii, Czarnogórze i Turcji.

Rozległość łańcucha produkcji Gigantów pokazuje, jak bardzo zwiększa się ich globalny zasięg. Walmart otworzył swoje biura zajmujące się zamawianiem produkcji w 23 krajach, tak odległych od siebie jak Singa-

pur, Hiszpania i Sri Lanka. Zatrudnieni w nich pracownicy koordynują zakupy produktów z prawie każdego kraju na świecie. Głównym dostawcą amerykańskiego Giganta są Chiny, zaopatrujące go każdego roku w artykuły wartości 6,2 miliardów euro. Równocześnie, poprzez szybko rosnącą sieć swoich sklepów, Walmart sprzedaje w Chinach produkty wartości 2,4 miliardów euro rocznie³⁵. Gdyby Walmart był krajem, byłby szóstym w kolejności partnerem handlowym Chin, wyprzedzając Wielką Brytanię i Rosję³⁶.

Obawy związane z Gigantami

Rozrastanie się detalistów-gigantów to sprawa kontrowersyjna. Temat ten podejmuje wiele organizacji zaniepokojonych ogromnym wpływem Gigantów na społeczeństwa, gospodarkę i środowisko naturalne. Do tej grupy należą³⁷:

1. **Obrońcy praw pracowniczych i związki zawodowe** krytykują sieci supermarketów za łamanie praw pracowniczych, w szczególności tych dotyczących działalności związków zawodowych. Na przykład w 2007 roku związkowcy z sieci supermarketów Lidl w Niemczech, Francji, Rumunii, Chorwacji, Czech i Polski zorganizowali wspólny

Tabela 3: Globalne działanie detalistów-gigantów.

	Lidl	Aldi	Carrefour	Tesco	Walmart
Algieria			X		
Arabia Saudyjska			X		
Argentyna			X		X
Australia		X			
Austria	X	X			
Belgia	X	X	X		
Brazylia			X		X
Chiny			X	X	X
Chorwacja	X				
Cypr	X		X	X	
Czechy	X		X	X	
Dania	X	X			
Dominikana			X		
Egipt			X		
Finlandia	X				
Francja	X	X	X		
Grecja	X	X	X		
Gwatemala					X
Hiszpania	X	X	X		
Holandia	X	X			
Honduras					X
Indie				X	
Indonezja			X		
Irlandia	X	X		X	
Japonia			X	X	X
Jordania			X		
Kanada					X
Katar			X		
Kolumbia			X		

	Lidl	Aldi	Carrefour	Tesco	Walmart
Korea Południowa				X	
Kostaryka					X
Kuwejt			X		
Luksemburg	X	X			
Malezja			X	X	
Malta	X				
Meksyk					X
Niemcy	X	X			
Nikaragua					X
Oman			X		
Polska	X	X	X	X	
Portugalia	X	X	X		
Portoryko					X
Rumunia			X		
Salwador					X
Singapur			X		
Słowacja	X			X	
Słowenia	X	X			
Stany Zjednoczone		X		X	X
Szwajcaria		X			
Szwecja	X				
Tajlandia			X	X	
Tajwan			X		
Tunezja			X		
Turcja			X	X	
Węgry	X	X		X	
Wielka Brytania	X	X		X	X
Włochy	X		X		
Zjedn. Em. Arabskie			X		

protest przeciw „ostrej polityce pracodawcy”³⁸. Wiele jest też przykładów na łamanie przez Gigantów praw pracowniczych w całym łańcuchach dostaw. Tą kwestię dokładniej opisujemy w Rozdziale 3.

2. **Organizacje ekologiczne** wskazują wiele problemów wynikających z działalności Gigantów, takie jak długa droga, jaką pokonują produkty, by trafić na półki w supermarketach, budowanie sklepów poza miastami, przeznaczanie na ten cel ziemi rolnej i zachęcanie konsumentów do samochodowych wypraw na zakupy, ogromne ilości opakowań i niszczenie lokalnych gospodarek. Organizacja *Friends of the Earth* przytacza badania, z których wynika, że supermarkety emitują trzy razy więcej dwutlenku węgla na metr kwadratowy niż lokalne sklepy spożywcze, a połowa warzyw i owoców (obliczenia na podstawie wagi) przeznaczonych do supermarketów przestaje nadawać się do sprzedaży, zanim trafia na sklepowe półki³⁹. W 2003 roku Tesco przyznało się do sprzedaży mebli wykonanych z drewna pozyskiwanego w nielegalny sposób⁴⁰. W latach 1999 – 2001 odległość, jaką przemierzają średnio Amerykanie, by zrobić zakupy, wzrosła o 40% z powodu rozwoju super- i hipermarketów⁴¹.
3. **Reprezentanci rolników** twierdzą, że praktyki cięcia kosztów stosowane przez Gigantów pozbawiają ich środków do życia i zagrażają ich własnej działalności gospodarczej. Rolnik zajmujący się produkcją mleka w rozmowie z *Friends of the Earth* mówi:

„Żeby utrzymać gospodarstwo, nie powinniśmy zatrudniać żadnych pracowników, tylko pracować sami dwa razy tyle, co najmniej od 5:30 do 20:30, i nawet wtedy niewiele zarobimy w porównaniu do innych”⁴².

Rolnik uprawiający warzywa wypowiedający się dla magazynu *The Grocer* w listopadzie 2008, stwierdził:

„Ceny w sklepach poszły w górę w zeszłym roku, ale żadna dodatkowa kwota nie trafiła do rolników, jakieś niewielkie sumy dostały firmy zajmujące się pakowaniem. Detaliści zarabiają fortunę, podczas gdy rolnicy są wykorzystywani... Ludzie nie będą głośno o tym mówić, ponieważ boją się, że ich gospodarstwa zbankrutują.”⁴³

4. **Organizacje walczące** z biedą twierdzą, że rozwój detalistów-gigantów dotyka najbiedniejszych, którzy nie mają środków transportu pozwalających im na zakupy w supermarketach, a tracą dostęp do lokalnych sklepów, które bankrutują, nie wytrzymując konkurencji z Gigantami. Organizacje te zaznaczają również, że supermarkety promują niezdrową, wielokrotnie przetworzoną żywność,

sprzedając zdrowsze produkty po wyższej cenie⁴⁴. Walmart był krytykowany w Stanach Zjednoczonych za swój bardzo drogi program opieki zdrowotnej, który zmusił pracowników do korzystania z publicznej czyli dotowanej służby zdrowia. Ponad połowa pracowników Walmartha korzysta z amerykańskiej publicznej służby zdrowia, podczas gdy w przypadku innych korporacji średnia to jedna trzecia pracowników. Ten stan rzeczy potwierdzają przecieki z dokumentów Walmartha:

„... część skierowanej do nas krytyki jest słuszna. W szczególności nasza opieka zdrowotna jest zbyt kosztowna dla wielu rodzin o niskich dochodach i znaczący procent członków rodziny pracowników Walmartha korzysta z pomocy publicznej.”⁴⁵

5. **Obrócy praw zwierząt** wskazują, że wojny cenowe i cięcie kosztów produkcji takich towarów jak np. kurczaki odbija się negatywnie na zwierzętach.
6. **Lokalne społeczności** często sprzeciwiają się otwieraniu supermarketów w ich okolicy. Według badań przytaczanych przez *Friends of the Earth* otwarcie supermarketu w Wielkiej Brytanii oznacza utratę pracy dla średnio około 276 osób oraz zamknięcie lokalnych sklepów w promieniu około 11 km⁴⁶. W Wielkiej Brytanii działa ponad sto kampanii sprzeciwiających się otwieraniu sklepów Tesco.

Wniosek: Rosnąć za wszelką cenę

Wyjątkowo dynamiczny rozwój detalistów-gigantów oznacza działalność w wielu sektorach, otwieranie sklepów w nowych formatach i ekspansję do kolejnych krajów. Pod wieloma względami ten rozwój się dopiero zaczyna. Ekspansji Gigantów towarzyszy uroczą deklaracją, że ich misją jest zapewnianie konsumentom dużego wyboru wartościowych produktów wysokiej jakości.

Jednak pod tą fasadą spostrzec można bezwzględną strategię polegającą na dominacji: dominacji w poszczególnych sektorach, dominacji wśród detalistów i dominacji wobec dostawców. Efektem ubocznym strategii działania Gigantów, jak twierdzą ich krytycy, jest eksploatacja ludzi w całym łańcuchu produkcji, niszczenie ich społeczności lokalnych, środowiska naturalnego i pozbawianie ich środków do życia. W naszym raporcie zajmujemy się jednym z powyższych problemów: prawami pracowniczymi w łańcuchu dostawczym sektora odzieżowego. Następny rozdział szczegółowo opisuje działania Gigantów na tym obszarze.

Niskie ceny w supermarketach są możliwe dzięki modelowi działania Gigantów, subsydjowanemu przez miliony pracowników na całym świecie.

Rozdział 3

Detaliści-giganci i prawa pracownicze

Z wielką skalą działania detalistów-gigantów wiąże się ogromna odpowiedzialność. Walmart zatrudnia ponad dwa miliony osób tylko w dziale dystrybucji i sprzedaży⁴⁷, a kolejne miliony ludzi pracują przy produkcji i uprawie produktów sprzedawanych przez tę firmę.

Każdy z pięciu Gigantów przystąpił do jednej z inicjatyw, których celem jest wsparcie ich firm członkowskich w przestrzeganiu praw pracowniczych w łańcuchach dostawczych. Prawa te dotyczą między innymi godnej płacy dla wszystkich pracowników, braku dyskryminacji czy wolności działalności w niezależnych związkach zawodowych.

Giganci z wielką pompą ogłaszają swoje programy zmierzające do tworzenia etycznych marek.

„Program Etycznych Standardów Walmarta powstał, by zapewnić to, co się należy pracownikom fabryk i środowisku naturalnemu.”

Rajan Kamalanathan, wicedyrektor Walmarta do spraw standardów etycznych.⁴⁸

W Raporcie Carrefoura z 2007 roku czytamy:

„Każdego dnia Carrefour Group używa wszystkich swoich umiejętności, dostępnych środków i energii, by budować firmę działającą na wysokim poziomie, społecznie odpowiedzialną i zrównoważoną.”⁴⁹

W tym rozdziale zastanawiamy się, co oznaczają powyższe stwierdzenia, z czym wiążą się deklarowane inicjatywy. Opisujemy też fakty dotyczące postępowania Gigantów w kwestii praw pracowniczych w ich łańcuchach dostaw.

Co Giganci mówią, że robią...

Powszechnie uważa się, że pierwsze, co musi zrobić firma, która chce działać etycznie, przestrzegając praw pracowników w swoich łańcuchach dostawczych, jest publiczne ogłoszenie, jakie standardy i prawa planuje tym pracownikom zapewnić. Zwykle robi się to poprzez wypracowanie Kodeksu Postępowania firmy lub Kartę

Każdy z Gigantów podpisał się pod jakiegoś rodzaju kodeksem postępowania.

Dostawców. Giganty nie są tu wyjątkami i każdy z nich podpisał się pod jakiegoś rodzaju kodeksem i przyłączył się do odpowiednich inicjatyw.

Najlepszym, najbardziej efektywnym sposobem, w jaki firmy mogą zająć się problemami w swoich łańcuchach dostawczych, jest działanie w ramach inicjatyw wielostronnych – stowarzyszeń firm, związków zawodowych i organizacji pozarządowych działających na rzecz przestrzegania praw pracowniczych. Prawdziwe inicjatywy wielostronne muszą polegać na współpracy wszystkich trzech grup, a ich przedstawiciele nie mogą pełnić tylko funkcji doradczych, lecz muszą brać udział w zarządzaniu inicjatywą.

W ciągu ostatnich kilku lat kilka inicjatyw wielostronnych reprezentujących ponad sto marek i detalistów z Europy i Stanów Zjednoczonych pracowało razem nad uzgodnieniem zestawu standardów, jakie powinien zawierać kodeks postępowania firmy. Został on zawarty w Kodeksie Roboczym (Kodeks Jo-In) opracowanym

przez Wspólną Inicjatywę na rzecz Odpowiedzialności Firm i Praw Pracowniczych (Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights)⁵⁰. Porównanie różnych kodeksów postępowania wymienianych w tym rozdziale znajduje się w Aneksie.

Asda (brytyjska filia Walmarta, która sprzedaje ubrania pod marką George) i Tesco należą do Ethical Trading Initiative (ETI), brytyjskiej inicjatywy wielostronnej. Firmy będące członkami ETI mają obowiązek składania corocznych raportów oraz „pracy na rzecz” wdrażania swoich kodeksów postępowania, które są bardzo podobne do uznanego Kodeksu Jo-In. ETI powołuje grupy robocze i prowadzi projekty pilotażowe dotyczące kompleksowych problemów. Większość głównych detalistów rynku odzieżowego należy do tej inicjatywy.

ETI nie jest jednak panaceum na istniejące problemy, jak pokazują ostatnie jej badania skuteczności. Mimo że nastąpiła poprawa w kwestiach bezpieczeństwa i higieny pracy oraz podjęto działania zmierzające do zwiększenia płacy minimalnej (wciąż jeszcze niestarczającej na życie), z badań wynika, że nierozwiązane „pozostały poważne problemy” dotyczące wolności zrzeszania się pracowników, dyskryminacji czy regulacji stosunku pracy. Inny ważny problem to: „ciągną presja niskich cen i krótkich terminów dostaw, która, jak się okazuje, ma negatywny wpływ na warunki pracy. Dostawcy we wszystkich krajach i sektorach zaraportowali, że z tej przyczyny nie są w stanie poprawić polityki wobec pracowników.”⁵¹

Carrefour jest członkiem wspierającym Social Accountability International (SAI), amerykańskiej inicjatywy wielostronnej. Taki rodzaj członkostwa nie wiąże się z żadnymi obowiązkami ze strony firmy, nie wymaga też od niej przestrzegania opracowanego przez SAI kodeksu postępowania. Strona internetowa SAI wyjaśnia jedynie, że „firmy będące członkami wspierającymi wykazują zainteresowanie edukacją na temat społecznej odpowiedzialności i budowania działających etycznie łańcuchów dostaw.”⁵²

W zamian Carrefour i Walmart opracowały własne kodeksy postępowania, które opublikowały w Internecie⁵³. W kodeksach tych pominięto jednak kilka spraw:

1. Nie ograniczają potrażeń z pensji.
2. Nie wymagają od kierownictwa pozytywnego nastawienia do związków zawodowych.
3. Kodeks Carrefoura nie określa maksymalnej liczby godzin pracy w tygodniu, podczas gdy według kodeksu Walmarta są to 72 godziny, żaden z nich nie wspomina o tym, że nadgodziny są nieobowiązkowe. Norma zawarta w kodeksie Jo-In to 48 godzin podstawowego czasu pracy w tygodniu, plus 12 nieobowiązkowych nadgodzin.
4. Kodeks Walmarta w ogóle nie odnosi się do pojęcia płacy wystarczającej na życie.

Tesco, Walmart i Carrefour są również założycielami i członkami Global Social Compliance Programme (GSCP), „prowadzonego przez środowiska biznesowe programu dla firm, które chcą zharmonizować podejmowane przez siebie wysiłki na rzecz tworzenia wspólnego, zgodnego i globalnego podejścia do kwestii poprawy warunków pracy w łańcuchach dostawczych.”⁵⁴ Nie jest to inicjatywa wielostronna, gdyż udział związków zawodowych i organizacji pozarządowych został tu zredukowany do roli doradczej.

Kampania Clean Clothes, zaproszona do udziału w ciele doradczym GSCP, argumentuje, że nie jest jasne, jaką dodatkową wartość wobec istniejących inicjatyw wielostronnych (do których należą także niektórzy założyciele GSCP) ma GSCP. Projekt Jo-In osiągnął już cel harmonizacji standardów między inicjatywami wielostronnymi. Ponadto działa już wiele inicjatyw wielostronnych, które mają wspólne podejście do kwestii poprawy warunków pracy.

Tesco jest również członkiem-założycielem Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX), „organizacji członkowskiej dla przedsiębiorstw na rzecz rozwijania etycznego działania ich łańcuchów dostaw.”⁵⁵ Głównym narzędziem SEDEX jest internetowa baza danych zawierająca informacje o fabrykach i wynikach przeprowadzonych w nich audytów. Jej głównym celem jest dzielenie się informacjami o audytach, co pozwala na unikanie kilkukrotnego audytowania poszczególnych dostawców. To oczywiście szczytny cel, jednak SEDEX jest tak użyteczny, jak informacje w jego bazie danych, w której niestety wiele brakuje.

Zrozumieć skróty:

Inicjatywy Wielostronne (Multi-stakeholder initiatives – MSI) zrzeszają firmy, związki zawodowe i organizacje zajmujące się prawami pracowniczymi, które wspólnie i na równych prawach, działają na rzecz rozwijania etycznego przemysłu. Przykłady inicjatyw wielostronnych to:

- Ethical Trading Initiative (ETI)
- Social Accountability International (SAI)

Jo-In – skrót od: Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights czyli Wspólnej Inicjatywy

na rzecz Odpowiedzialności Firm i Praw Pracowniczych skupiającej kilka inicjatyw wielostronnych.

Inicjatywy środowiska biznesowego (Business-led initiatives) deklarują, że skupiają przedsiębiorstwa zajmujące się wspólnie kwestią przestrzegania praw pracowniczych. Związki zawodowe i organizacje zajmujące się prawami pracowniczymi, jeśli w ogóle uczestniczą w tych inicjatywach to tylko w charakterze doradców. Przykłady tych inicjatyw to:

- Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Global Social Compliance Programme (GSCP)
- Worldwide Responsible Apparel Production (WRAP)
- Supplier Ethical Data Exchange (SEDEX)

Przykłady naruszania praw pracowniczych w łańcuchach dostawczych detalistów-gigantów

2008	2007	2006	2005	2004
<p>Niemiecka Clean Clothes Campaign publikuje raport na temat sześciu fabryk z Bangladeszu zaopatrujących sieć Lidl.⁵⁶ Przedstawia on dowody na przymusową pracę w nadgodzinach, jak również na dyskryminację kobiet.</p>	<p>Instytut Sudwind przeprowadza badania chińskich i indyjskich fabrykach zaopatrujących sieć Aldi.</p> <p>Z badań wynika między innymi, że: „Pracownicy wymykają się nocą i po kryjomu ze swoich przyfabrycznych dormitoriów, obawiając się, że nie dostaliby od menadżerów pozwolenia na wyjście, gdyby o nie poprosili. Pensje nie są wypłacane tygodniami. Fabryki płacą szkołom za rekrutowanie nieletnich pracowników”.⁵⁷</p> <p>Tymczasem SACOM – organizacja studentów przeciwdziałająca nadużyciom wielkich korporacji – przedstawia szczegółową analizę warunków pracy w fabrykach produkujących zabawki na potrzeby sieci Walmart, ujawniając: naruszenia dotyczące czasu pracy i wysokości wynagrodzeń, niebezpieczne warunki pracy, naruszenia standardów sanitarnych w pomieszczeniach mieszkalnych pracowników, stosowanie ciężkich kar, w tym pieniężnych, wobec pracowników, pozbawianie pracowników praw wynikających z umów o pracę, brak ubezpieczeń społecznych, niezgodne z prawem zwolnienia z pracy, prześladowanie pracowników przez menadżerów fabryk.⁵⁸</p>	<p>Raport „Fashion Victims”, opublikowany przez brytyjską organizację War on Want, przedstawia warunki pracy w sześciu fabrykach produkujących ubrania marki George, należącej do sieci Walmart. Cztery spośród tych fabryk zaopatrywały również Tesco. W raporcie mowa między innymi o 80-godzinnych tygodniach pracy i bardzo niskich stawkach: 0,07 euro za godzinę.⁵⁹</p>	<p>Obrońcy praw pracowniczych reprezentujący pracowników z Chin, Indonezji, Bangladeszu, Nikaragui, Suazi wytaczają proces sieci Walmart. Walmart został oskarżony o zmuszanie do pracy w nadgodzinach, płacenie głodowych stawek, utrudnianie działalności związkom zawodowym. Wszystkie zarzuty naruszały kodeks postępowania Walmartu.⁶⁰</p> <p>W katastrofie budowlanej w fabryce Spectrum Shariyar w Bangladeszu zginęły 64 osoby, a 80 zostało rannych. Fabryka produkowała odzież na potrzeby różnych marek korzystających z niskich kosztów produkcji w Bangladeszu. Wiele spośród nich ustanowiło fundusz dla ofiar katastrofy i ich rodzin. Carrefour odmówił przyłączenia się do tej inicjatywy, twierdząc, że prywatna firma nie może być odpowiedzialna za brak ubezpieczenia społecznego w tym kraju. Firma dostarczyła jedynie pomoc rzeczową.⁶¹</p> <p>W międzyczasie w trakcie audytu społecznego Clean Clothes Campaign w indyjskich fabrykach zaopatrujących sieć Walmart pracownicy mówią ankieterom: „Musimy pracować siedem dni w tygodniu. Zawsze mieliśmy zastrzeżenia wobec naszych godzin pracy i niskich pensji, jednak nie możemy ich zgłaszać”.⁶²</p>	<p>“Los Angeles Times” publikuje serię artykułów pod tytułem „The Walmart Effect”⁶³ na temat globalnego poszukiwania niskich cen przez sieć Walmart. Dziennikarze rozmawiali z pracownikami przemysłu odzieżowego w Bangladeszu. „22-latką pracowała przy produkcji męskich podkoszulek i spodni w fabryce w Dhaka zarabiając jedynie 21 dolarów (18,25 euro) na miesiąc, kwotę prawie trzy razy mniejszą niż pensja pokojówki czy kucharki. Jak mówi, w jej fabryce często pracuje się od 8:00 rano do 3:00 w nocy, przez 10 –15 dni z rzędu, by zrealizować zamówienia dla sieci Walmart. Wykończona, po roku pracy zrezygnowała i podjęła się gorzej płatnego, lecz mniej wyczerpującego zajęcia”.</p>

Lidl i Aldi same nie ujawniły żadnych kodeksów postępowania, należą jednak do Business Social Compliance Initiative (BSCI), „najszerzej platformy biznesowej na rzecz społecznej odpowiedzialności w łańcuchach dostawczych przedsiębiorstw handlowych.”⁶⁴ Jej statutowym celem jest wspólne wypracowanie modelu audytu społecznego na użytek jej członków. BSCI jest krytykowana z wielu powodów:

1. Problemy z jej kodeksem, który, na przykład, nie zobowiązuje dostawców do pozytywnego nastawienia wobec związków zawodowych, od dostawców oczekuje się jedynie zapewnienia minimalnej pensji, „nie zachęca się ich do odpowiedniego wynagradzania pracowników.”⁶⁵
2. Kodeks BSCI nie jest wiążący dla jej członków, którzy jedynie deklarują dążenie do jego przestrzegania w przyszłości.
3. Cała metodologia BSCI opiera się na audycie społecznym (związane z tym problemy opisuje Rozdział 7).
4. Nie ma żadnego systemu skarg dostępnego dla pracowników – tylko audyt fabryk.
5. W BSCI rola związków zawodowych i organizacji pozarządowych została zredukowana jedynie do funkcji doradczych.

W swoich krajach pochodzenia Giganci także łamią swoje własne standardy, zwłaszcza ten dotyczący wolności organizowania się pracowników.

Historia eksploatacji i zwalczania związków zawodowych

Jak widzimy, detaliści-giganci poświęcają dużo czasu, pieniędzy i wysiłku na budowanie etycznych marek i uczestnictwo w inicjatywach współpracy. Z ich publicznych zapewnień wynika, że wymagają od swoich dostawców przestrzegania wysokich standardów i ciężko pracują, by wprowadzić je w życie. Czy są w tym skuteczni?

Jak pokazuje zestawienie na stronie 23, w łańcuchach dostaw Gigantów od wielu lat panują warunki pracy niezgodne z przyjętymi standardami, mamy tu do czynienia z lawiną oskarżeń o naruszenia praw pracowniczych i brakiem oznak znaczącej poprawy sytuacji.

A co dzieje się w „rodzimych stronach” Gigantów, w działach łańcucha dostawczego, które znajdują się pod ich bezpośrednią kontrolą, w Europie czy Stanach Zjednoczonych? Kodeksy postępowania firm i inicjatywy omawiane powyżej odnoszą się do pracowników tylko na jednym końcu łańcucha dostawców, nie do tych, którzy pracują przy dystrybucji i sprzedaży. W rzeczywistości działania Gigantów w ich „rodzimych stronach” czasem naruszają standardy, które sami przyjęli, zwłaszcza te związane z wolnością przemieszczania się pracowników w związkach zawodowych.

Mimo że w sklepach Tesco w rodzinnym kraju tej firmy – Wielkiej Brytanii – działają związki zawodowe, w innych krajach sieć ta jest oskarżana o działania antyzwiązkowe. Federacja związków zawodowych działająca w sektorze sprzedaży - UNI twierdzi:

Zarówno w Turcji jak i w Tajlandii działania lokalnego kierownictwa odbiegają od zaawansowanych standardów etycznych głoszonych przez Tesco. W Korei Południowej wspólne przedsięwzięcie Tecso-Samsung ma ugruntowaną opinię przeciwnika związków zawodowych⁶⁶.

W maju 2006 Financial Times donosił, że:

Tesco, trzeci co do wielkości sprzedawca artykułów spożywczych na świecie, wśród obowiązków menadżerów zatrudnianych przy okazji otwarcia nowych sklepów sieci na zachodnim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych wymieniał: „utrzymanie statusu sklepów wolnych od związków zawodowych” oraz „działania zmierzające do unikania powstania związków zawodowych”⁶⁷.

Związek pracowników sektora produkcji żywności i handlu United Food and Commercial Workers (UFCW), który reprezentuje pracowników sektora sprzedaży w Stanach Zjednoczonych, twierdzi, że Tesco odmawia dialogu ze związkiem od początku swojego działania w Stanach Zjednoczonych:

W ciągu ostatnich dwóch lat bez przerwy grali na zwłokę, odmawiając kontaktów i w rezultacie absolutnie nie zgadzając się nawet na spotkanie z nami. To była zupełnie uzasadniona propozycja, próba nawiązania dyskusji⁶⁸.

Niemiecki związek zawodowy ver.di opublikował dwie czarne księgi na temat warunków pracy w sklepach Lidla w Niemczech i innych krajach europejskich. Między innymi przedstawiają one działania kierownictwa Lidla zapobiegające powstaniu regionalnej Rady Pracowniczej w niemieckim mieście Unna. Wywierano presję na pracowników, zastraszając ich i powstrzymując od udziału w spotkaniach wyborczych. Podobne techniki stosowano w innych niemieckich miastach, a w dwóch spośród nich - Calw i Forchheim – doszło do zamknięcia sklepów w rezultacie powstania w nich Rad Pracowniczych⁶⁹.

Ver.di cytuje również polskiego sprzedawcę sklepu Lidl opisującego stosunek zwierzchników do pracowników jako „obraźliwy i wulgarny”. Przytacza również wypowiedź szwedzkiego pracownika mówiącego o „terrorze psychicznym” w miejscu pracy. We Francji Lidl musiał zmierzyć się z największym w historii strajkiem w sektorze sprzedaży po tym, jak zwolnił „niewygodnych” pracowników⁷⁰.

Kierownictwo sieci Aldi zostało oskarżone o wiele działań antyzwiązkowych, w tym zwolnienie sześciu pracowników, którzy przystąpili do związku zawodowego w 2000 roku w Irlandii, czy niewpuszczanie do sklepów w Australii działaczy organizujących związki zawodowe⁷¹.

Politykę antyzwiązkową prowadzi również Walmart. Jeden z jego rzeczników prasowych powiedział: „Mimo że niektóre firmy uznają działanie związków zawodowych, w Walmarcie nie ma dla nich miejsca” . Amerykańska organizacja Human Rights Watch (HRW) nazwała Walmart „gigantyczną firmą, która zrobi wszystko, by nie dopuścić do działalności związków zawodowych”⁷³. W dokumentach określających ich zasady pracy, pod hasłem: „wskazówki jak pozostać wolnym od związków, gdy związkowcy wyznaczili sobie twój zakład pracy na swój następny cel” menadżerowie dostają wyraźne instrukcje, jak nie dopuścić do organizowania się pracowników⁷⁴.

Według Human Rights Watch, uczestników szkoleń dla menadżerów i pracowników indoktrynuje się, wpa- jając im „agresywnie antyzwiązkową politykę firmy”. Jeżeli w sklepie wykryta zostaje inicjatywa stworzenia związków zawodowych, menadżer ma obowiązek zadzwonić na gorącą linię, dzięki której otrzyma wskazówki dotyczące antyzwiązkowych działań, a w ciągu kilku dni do jego sklepu zostaną wysłani członkowie Walmart’s Labour Relation Team, grupy zajmującej się stosunkami pracy w Walmarcie⁷⁵. Takie akcje obli-

„Mimo że niektóre firmy uznają działanie związków zawodowych, w Walmarcie nie ma dla nich miejsca.”

- rzecznik prasowy sieci Walmart

czone na rozbijanie związków zawodowych mają za zadanie zastraszyć pracowników i zniechęcić ich do organizowania się, jak przedstawia to pracownica sklepu w Południowej Karolinie, której działalność związkowa została zduszona w zarodku w 2001 roku:

„Myślę, że związek przegrał, bo wiele z nich było zbyt przerażonych by dalej działać, bali się o swoje prace. Dokładnie z tego powodu ja się nie zapisałam... nigdy nie poszłam na żadne spotkanie związkowe, za bardzo się bałam... Koleżanki mówiły mi, że jeśli Walmart zwiertzy, że jestem zaangażowana w związki, zwolnią mnie.”

Walmart dwa razy zamknął sklepy w Quebecu w Kanadzie - w 2005 i w 2008 – po tym, jak rozjemca z ramienia rządu poparł działania związkowe, nakazując zawarcie porozumień zbiorowych z pracownikami⁷⁶. W 2006 roku brytyjska filia Walmartu – Asda – została ukarana grzywną w wysokości 1,25 miliarda euro za dyskryminowanie członków związków zawodowych po tym, jak „zaoferowała członkom związku zawodowego GMB w Waszyngtonie 10% podwyżki, w zamian za rezygnację z członkostwa”, informuje Sekretarz Generalny związku GMB⁷⁷.

Co więcej, orzeczenie sądu amerykańskiego stanu Minnesota, w czerwcu 2008 mogło kosztować Wal- mart 1,5 miliarda euro. Dotyczyło złamania przez Wal- mart - ponad dwa miliony razy- prawa regulującego wynagrodzeń i przerw w pracy⁷⁸. Sędzia podkreślał, że jedna z kobiet „musiała błagać o możliwość skorzystania z toalety w czasie menstruacji”. Główna powódka w tym procesie, Nancy Braun, mówiła:

„Miałyśmy po prostu za dużo pracy i za mało czasu na jej wykonanie. Nie było wystarczająco dużo czasu w ciągu dnia, żebyśmy mogły skorzystać z przerw, które nam przysługiwały”.

Także w Stanach Zjednoczonych grupa kobiet wytoczyła właśnie Walmartowi proces oskarżając firmę o dyskryminację ze względu na płeć⁷⁹.

Podobne przypadki mają miejsce w sieci Carrefour, mimo że ta podpisała porozumienie o współpracy z federacją związków zawodowych sektora sprzedaży – UNI. W październiku 2008 Carrefour został ukarany grzywną 1,3 miliona euro za naruszenia francuskiego prawa w kwestii wynagrodzeń, płace pracowników sieci Carrefour okazały się niższe niż ustawowa płaca minimalna⁸⁰. Mimo że w wielu krajach Europy pracownicy Carrefoura zaangażowani są w dialog społeczny – np. w Belgii ponad 80% z nich należy do związków zawodowych – nie jest to sytuacja, która ma miejsce w innych krajach, w których sieć otworzyła swoje sklepy. Nawet w Belgii związki zawodowe oskarżyły Carrefour o „zastraszanie” i „represje”, kiedy pod koniec 2008 roku próbował zgasić strajk, który wybuchł w związku z planami otwarcia w Brugii nowego supermarketu, w którym oferowano gorsze warunki pracy i niższe wynagrodzenia niż w innych sklepach⁸¹.

Wniosek: Teoria nie zawsze pokrywa się z praktyką

Jak pokazuje ten rozdział, każdy z Gigantów ma dwa oblicza. Z jednej strony wszystkie omawiane sieci przystąpiły do różnych inicjatyw, sugerując, że próbują rozwiązać problemy zbyt niskich płac, złych warunków pracy i działań antyzwiązkowych w swoim łańcuchach dostaw. Z drugiej jednak strony w tychże łańcuchach, zarówno w produkcji, dystrybucji jak i sprzedaży, nie brakuje przykładów na łamanie standardów pracy, do poprawy których Giganci rzekomo dążą.

Kontrola Gigantów nad procesem produkcji nie jest bezpośrednia, jako że rzadko są właścicielami fabryk, w których produkuje się sprzedawane przez nich produkty. W tej sytuacji za naruszenia standardów pracy obwiniani mogą być podwykonawcy, dlatego właśnie mówiąc o przestrzeganiu standardów mówimy też o odpowiedzialności firm za ich łańcuchy dostaw. Ponadto liczne, udokumentowane przypadki łamania przez Gigantów praw pracowniczych w sektorach pozostających w całości pod ich bezpośrednią kontrolą, takich jak sprzedaż czy dystrybucja, pokazują, że wielkie sieci supermarketów winne są naruszeń praw pracowniczych, których - jak mówią - nie tolerują u swoich dostawców.

W kolejnych pięciu rozdziałach opisujemy warunki pracy, jakie oferują dostawcy detalistów-gigantów. W rozdziałach 4, 5 i 6 zajmujemy się problemami takimi jak: płace pracowników, godziny pracy, możliwość wyboru i organizowania niezależnych związków zawodowych i niebezpiecznymi formami zatrudnienia, które mają negatywny wpływ na prawa pracownicze. Sposób, w jaki Giganci traktują wszystkie te kwestie, jest testem na ich prawdziwe przywiązanie do idei godnej pracy i przyjętych standardów.

W rozdziale 7 opisujemy przykłady na to, że praktyki zamówień Gigantów pociągają za sobą łamanie praw pracowniczych. W rozdziale 8 podkreślamy ogromny wpływ działań Gigantów na jedną, konkretną grupę pracowników: kobiety.

O krajach, które badaliśmy:

Clean Clothes Campaign (CCC) współpracuje z około 250 organizacjami partnerskimi, które w swojej codziennej działalności mają kontakt z pracownikami broniącymi swoich praw w każdym z krajów, w których produkowana jest odzież. Badania przedstawiane w tym raporcie były prowadzone między innymi przez partnerów CCC w czterech krajach: Bangladeszu, Indiach, Sri Lance i Tajlandii.

Bangladesz

Eksport produkowanej w Bangladeszu odzieży jest podstawowym źródłem dochodów tego kraju z wymiany międzynarodowej, mowa tu o kwocie 6, 8 miliardów euro w 2008 roku (patrz: Tabela 5). Obawiano się, że przemysł w Bangladeszu ucierpi z powodu liberalizacji światowego przemysłu odzieżowego w 2005 roku. W rezultacie, jak pokazuje tabela 5, przemysł tego kraju stopniowo się rozwija na przestrzeni

ostatnich lat, w dużej mierze dzięki niskim kosztom produkcji jakie oferuje. Badania w Bangladeszu prowadziliśmy w stolicy kraju – Dhaka – oraz w jej okolicy.

Indie

Produkowana w Indiach odzież jest głównym źródłem dochodów tego kraju z wymiany międzynarodowej, generując zyski w wysokości 6,2 miliarda euro w 2005-2006⁸². Szacuje się, że w Indiach znajduje się około 30 000 jednostek produkujących odzież. W przemyśle odzieżowym w tym kraju pracuje około trzech milionów ludzi⁸³. Nasze badania prowadziliśmy w trzech głównych indyjskich ośrodkach przemysłu odzieżowego: Tirupur, Bangalore i Dehli.

Sri Lanka

Przemysł odzieżowy jest podstawą gospodarki Sri Lanki. Produkcja odzieży stanowi 39% produkcji przemysłowej tego kraju, a eksport odzieży to 43% całego eksportu Sri Lanki. Sektor produkcji odzieży jest największym pracodawcą na Sri Lance, zatrudniającym pośrednio lub bezpośrednio trzy czwarte siły roboczej w tym kraju⁸⁴. Wartość eksportu odzieży w 2005 roku wyniosła 2,5 miliarda euro co stanowiło 5% PKB Sri Lanki w tym roku⁸⁵.

Tajlandia

Przemysł tekstylny i odzieżowy w Tajlandii jest odpowiedzialny za jedną szóstą PKB tego kraju. Około 4500 fabryk tego sektora zatrudnia ponad milion ludzi, czyli około jednej piątej pracowników zatrudnionych w przemyśle w Tajlandii⁸⁶. Artykuły tekstylne i odzieżowe, o wartości około 3,5 miliarda euro zajmują drugie miejsce w eksporcie Tajlandii⁸⁷.

Tabela 4: Wartość eksportu odzieży z badanych krajów do Unii Europejskiej⁸⁸

Kraj	Eksport odzieży do Unii Europejskiej w 2007 roku (w mln €)
Bangladesz	4 375
Indie	3 837
Sri Lanka	1 040
Tajlandia	1 795
W sumie	57 940

Tabela 5: Rozwój przemysłu odzieżowego w Bangladeszu⁸⁹

Lata	Eksport odzieży (w milionach dolarów)	Zatrudnienie w przemyśle odzieżowym (w milionach)	Liczba fabryk zarejestrowanych w BGMEA *
2000 – 2001	4 859,83	1,8	3 496
2001 – 2002	4 583,75	1,8	3 618
2002 – 2003	4 912,09	2,0	3 760
2003 – 2004	5 686,09	2,0	3 957
2004 – 2005	6 417,67	2,1	4 107
2005 – 2006	7 900,80	2,2	4 250
2006 – 2007	9 211,23	2,4	4 490
2007 - 2008	10 699,8	2,5	4 740

* Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (Bengalskie Stowarzyszenie Producentów i Eksporterów Odzieży)

**„Czasem to wszystko
staje się nie do znie-
sienia i wtedy płaczę.”**

- pracownica bengalskiego dostawcy Lidl, Walmartu
i Carrefoura

Rozdział 4

Płace i godziny pracy

Płace w krajach rozwijających się są oczywiście znacznie niższe w wartościach absolutnych niż te na tzw. Zachodzie - jest to zrozumiałe, skoro koszty utrzymania są tam także znacznie niższe. Niestety płace te są tak niskie, że nie wystarczają na zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych, nawet według panujących w tych krajach niższych standardów. Tą różnicę już trudno zrozumieć.

Płaca wystarczająca na życie (living wage) to taka, która pozwala pracownikom i osobom będącym na ich utrzymaniu na zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych, czyli pokrycie kosztów wartościowego pożywienia, miejsca zamieszkania, czystej wody, ubrań, edukacji, opieki zdrowotnej i transportu, a także pozwalająca na oszczędność pewnej kwoty na inne potrzeby. Najlepiej byłoby, gdyby wysokość wynagrodzeń i warunki pracy uzgadniano poprzez podjęte w dobrej wierze negocjacje i porozumienia zbiorowe pomiędzy pracodawcami i pracownikami funkcjonującymi na dojrzałym rynku pracy. Jeśli to nie jest możliwe, wtedy płacę można skalkulować na podstawie określonego wzoru⁹⁰.

Koncepcja płacy wystarczającej na życie i określającej ją standardy stały się przedmiotem wielu kontrowersji, odkąd zaczęto uwzględniać się to pojęcie w procesie tworzenia kodeksów postępowania firm. Kodeks postępowania przyjęty przez brytyjską inicjatywę wielostronną – ETI, do której należą między innymi Tesco i Asda, zawiera następujący zapis:

Płace i inne korzyści przysługujące za standardowy tydzień pracy, powinny przynajmniej być równe z obowiązującą ustawowo płacą minimalną lub minimalnym wynagrodzeniem ustalonym dla danej gałęzi przemysłu, w zależności od tego, który z tych standardów jest wyższy. Płaca powinna zawsze wystarczać na zaspokojenie podstawowych potrzeb oraz zaoszczędzenie dodatkowej kwoty na inne potrzeby⁹¹.

Daleko od płacy wystarczającej na życie

W większości krajów, w których produkowana jest odzież, określone prawem płace minimalne lub standardy wynagrodzeń w poszczególnych działach prze-

mysłu są równe mniej więcej połowie szacunkowej płacy wystarczającej na życie i zdecydowanie nie wystarczają na zaspokojenie podstawowych potrzeb pracowników⁹².

Na przykład, w 2007 roku organizacje zajmujące się prawami pracowniczymi w Bangalore w Indiach oszacowały, że absolutnie minimalna kwota, jakiej na swoje utrzymanie potrzebuje przeciętna rodzina pracownika przemysłu odzieżowego (średnio 4,4 członków rodziny), to 4364 rupii (80 euro) na miesiąc⁹³. Tymczasem minimalna płaca pracownika przemysłu odzieżowego w Banglore zaczyna się od 2418 rupii (42 euro) na miesiąc i, jak pokazują nasze badania, wielu pracowników zarabia właśnie tyle.

Podobna sytuacja ma miejsce w Bangladeszu. Rozmawialiśmy tam z pracownikami, którzy otrzymują minimalną płacę w wysokości 1662 taka (16,60 euro), a większość tamtejszych fabryk płaci swoim pracownikom średnią pensję 2500 – 3000 taka (25-30euro), przy czym warto nadmienić, że otrzymujący tę płacę pracownicy pracują w przedłużających się nadgodzinach. W 2006 roku płaca wystarczająca na życie dla pracownika przemysłu odzieżowego w Bangladeszu była szacowana na poziomie 4800 taka (48 euro)⁹⁴.

Tak niskie płace sprawiają, że pracownicy chętnie podejmują pracę w nadgodzinach, licząc na dodatkowe dochody. Niestety często dodatkowa praca nie jest odpowiednio wynagradzana lub nie jest wynagradzana wcale. Zdarza się, że pracownicy otrzymują fikcyjne odcinki wypłat i ewidencje czasu pracy, które nie odzwierciedlają rzeczywistej sytuacji; odcinki wypłat wykazują wyższe kwoty niż te, które trafiają do pracowników, a przepracowane przez nich nadgodziny nie są dokumentowane. W wielu fabrykach na porządku dziennym jest praca do późnych godzin nocnych po to, by sprostać nierealistycznym wymaganiom zleceniodawców.

W większości krajów produkujących odzież ustawowe płace minimalne i średnie pensje w przemyśle są równe około połowie szacowanej płacy wystarczającej na życie.

Dlaczego płaca minimalna nie jest wystarczająca

Kiedy rządy ustalają wysokość płacy minimalnej, szukają kompromisu między interesem pracowników, potrzebą zachowania konkurencyjności na rynku zdominowanym przez międzynarodowe korporacje a interesami lokalnych producentów. W rezultacie płaca minimalna bardzo często ma niewiele wspólnego z wysokością kosztów utrzymania i jest daleka od płacy wystarczającej na życie. Ustalone płace minimalne nie są zmieniane przez lata, podczas gdy koszty utrzymania stale rosną, co sprawia, że rzeczywista wartość wynagrodzeń pracowników ciągle maleje. Jest to istotny problem zwłaszcza w kontekście obecnej dwucyfrowej inflacji w krajach, w których lokowana jest produkcja odzieży.

Płaca minimalna w Bangladeszu jest ustalona na poziomie 1662 taka (16,6 euro). Bengalski rząd od 12 lat nie dostosowywał jej wysokości do zmieniających się realiów, mimo że w tym okresie rzeczywista wartość minimalnego wynagrodzenia zmniejszyła się o połowę. Kiedy w końcu zwiększono wysokość płacy minimalnej, i tak jej realna wartość była niższa od realnej wartości, jaką miała ta płaca, kiedy została ustalona w 1994 roku. Latem 2008, w związku z rosnącą inflacją, rząd Bangladeszu ustanowił 20% „zasiłek z powodu drożyzny” dla pracowników sektora publicznego. Przemysł odzieżowy został poproszony o dobrowolne wprowadzenie podobnego rozwiązania⁹⁵. Równocześnie pracownicy fabryk odzieżowych domagali się minimalnej płacy (nie płacy wystarczającej na życie) w wysokości 4500 taka (45 euro)⁹⁶.

W Indiach wysokość płacy minimalnej waha się w zależności od regionu. Podstawowa płaca minimalna jest uzupełniana przez zmienny „zasiłek z powodu drożyzny”, który jest przyznawany dwa razy w roku, w zależności od inflacji. W Delhi płaca minimalna dla niewykwalifikowanych pracowników przemysłu odzieżowego to 140 rupii (2,1 euro) na dzień, włączając w to 45 rupii „zasiłku z powodu drożyzny”, w Bangalore są to 93 rupie (1,4 euro), w tym 31 rupii zasiłku, natomiast

w Tirupur płaca minimalna to 83 rupie (1,25 euro), w tym 13 rupii zasiłku⁹⁷. Niewykwalifikowany pracownik przemysłu odzieżowego w Bangalore, pracujący 26 dni w miesiącu i otrzymujący minimalne wynagrodzenie, zarabia miesięcznie 2418 rupii (36 euro), podczas gdy według tamtejszych organizacji zajmujących się prawami pracowniczymi minimum, które i tak ledwo wystarcza na życie, to 4364 rupii (65 euro)⁹⁸.

W Tajlandii płaca minimalna waha się od 203 batów (4 euro) na dzień w Bangkoku do 148 batów (3 euro) w regionach wiejskich⁹⁹. W prowincji Chonburi, gdzie w specjalnych strefach ekonomicznych (Export Processing Zones) skoncentrowany jest przemysł odzieżowy, płaca minimalna to 180 batów (3,6 euro) na dzień, czyli około 4500 batów (90 euro) na miesiąc. Tajska inicjatywa Labour Campaign oszacowała, że 77% tej płacy wystarcza na pokrycie kosztów 3 posiłków dziennie dla jednej tylko osoby. W 2006 roku Labour Campaign wyliczyła, że płaca wystarczająca na życie powinna w Tajlandii wynosić 8000 batów (160 euro)¹⁰⁰.

Wykwalifikowani pracownicy przemysłu odzieżowego na Sri Lance są uprawnieni do minimalnej pensji w wysokości 6750 rupii (40 euro) na miesiąc (kwota ta jest niższa w przypadku pracowników niewykwalifikowanych)¹⁰¹. Organizacja ze Sri Lanki Apparel Industry Labour Rights Movement (ALaRM) szacuje, że pracownicy zatrudniani w strefach wolnego handlu musieliby otrzymywać co najmniej dwukrotnie wyższe wynagrodzenie, aby można je nazwać płacą wystarczającą na życie¹⁰². Pracodawcy przemysłu odzieżowego twierdzą, że pracownicy na Sri Lance właśnie tyle zarabiają, jeśli weźmie się pod uwagę ich kwalifikacje i dodatki za pracę w nadgodzinach. Z tym stwierdzeniem nie zgadza się jednak ALaRM, a nasze badania także pokazują, że większość pracowników zarabia mniej niż 10000 rupii (60 euro)¹⁰³.

Czy wynagrodzenia te są rzeczywiście wypłacane? Badania Centre for Policy Dialog z Bangladeszu w 2003 roku pokazały, że:

Tylko 43,9% pracowników potwierdzało, że dostają płacę minimalną w wysokości ustalonej przez rząd.

62,1% pracowników twierdziło, że w firmach, które ich zatrudniają, pracuje się więcej niż 8 godzin dziennie lub więcej niż jedną zmianę pod rząd. Około 40% pracowników przyznało, że w ich miejscach pracy wynagrodzenie za nadgodziny jest mniejsze niż za regularne godziny pracy. Ponad 11% pracowników nie dostaje żadnego wynagrodzenia za pracę w nadgodzinach¹⁰⁴.

W Indiach, Tajlandii i Sri Lance pracownicy zatrudnieni w zarejestrowanych fabrykach dostawców rzadko zarabiają poniżej ustanowionego prawnie minimum, jednak w zakładach nielicencjonowanych podwykonawców zdarza się to dużo częściej. Nieopłacane lub opłacane niedostatecznie nadgodziny są wciąż rozpowszechnioną praktyką w przemyśle odzieżowym we wszystkich krajach produkcyjnych.

Płace i godziny pracy u dostawców Gigantów

Praca przez 1½ zmiany to dla nas norma, ale jeśli zleceniodawca się o tym dowie, to przestanie dawać zlecenia naszej fabryce, co oznacza, że zostaniemy bez pracy. To jest kwestia życia wielu ludzi, wyobraź sobie, 500 z nas może zostać zwolnionych tylko dlatego, że powiemy komuś, że pracujemy w nadgodzinach.

Szwaczka, fabryka Walmarta, Tirupur¹⁰⁵

Płaca zbyt niska, by przeżyć.

Większość pracowników w 31 badanych przez nas miejscach pracy zarabia równowartość ustalonej prawnie płacy minimalnej, wielu z nich zarabia nawet więcej. Jest to praktyka zgodna z kodeksami postępowania przyjętymi przez Gigantów, które skupiają się na płacy minimalnej. Żaden z pracowników nie otrzymuje jednak płacy wystarczającej na życie, bardziej ambitne założenia kodeksów nie są już wprowadzane w życie. Wielu z pracowników opowiadało nam o trudnościach, z jakimi borykają się w związku z tą sytuacją.

Średnia podstawowa płaca (bez nadgodzin) w 11 fabryk badanych przez nas w Bangladeszu wahała się między 1350 taka (13,5 euro) do 2400 taka (24 euro), obie te skrajne kwoty występują w fabrykach zaopatrujących sieć Aldi¹⁰⁶. Dostawca tej sieci oferujący najniższą stawkę był jedynym, który wypłacał swoim pracownikom wynagrodzenia niższe niż ustawowe minimum. Jednak natrafiliśmy na fabryki zaopatrujące pozostałych czterech Gigantów, w których pracownicy zarabiali dokładnie tyle, ile wynosi płaca minimalna, tzn. 1662 taka (17 euro)¹⁰⁷.

Średnia płaca „na rękę” (uwzględniając nadgodziny) w badanych przez nas bengalskich fabrykach, wynosiła od 2061 taka (21 euro) do 3447 taka (34 euro); mimo że to duży rozrzut, to jednak nawet najwyższa płaca jest daleka od kwoty wystarczającej na zaspokojenie pod-

Za pomocą fałszywych odcinków wypłat i ewidencji czasu pracy okrada się pracowników z ich wynagrodzenia za nadgodziny.

stawowych potrzeb życiowych pracownika, nie wspominając o utrzymaniu rodziny.

Bangladeska fabryka, w której pracownicy zarabiają najmniej – 2061 taka, czyli niecałe euro na dzień – zaopatruje zarówno Lidla jak i Walmarta¹⁰⁸. Odpierając zarzuty o zbyt niskie płace, przedstawiciele firm odzieżowych często twierdzą, że pracownicy zarabiający najniższe stawki szybko „awansują” do wyższych grup płacowych. Sami pracownicy mówią jednak, że pracują w przemyśle odzieżowym przez pięć lub więcej lat, ale ich płaca nie zwiększyła się przez cały ten czas, z wyjątkiem sytuacji, kiedy zmieniała się wysokość ustawowej płacy minimalnej. Pracownicy ci rzadko pracowali w nadgodzinach, przez co też ich miesięczne wynagrodzenia było niższe. Warto nadmienić, że w tej fabryce pracują prawie wyłącznie kobiety.

Rozmawialiśmy też z 25 pracownikami w wieku od 17 do 35 lat zatrudnionymi w innej fabryce, zaopatrującej Tesco, Carrefoura i Walmarta (szyjącej między innymi ubrania marki George). Wszyscy pracowali w przy produkcji odzieży trzy lata lub dłużej. Zarabiali średnio tylko 2500 taka (25 euro) „na rękę” za pracę przez 70 godzin w tygodniu¹⁰⁹. Z tej grupy najczęściej zarabiała 35-letnia Amena, która z trudem utrzymuje swoją rodzinę za 3200 taka (32 euro) miesięcznie. Na drugim biegunie są 17-letnie Rooshia i Momena, które w wieku 14 lat opuściły szkołę, by zacząć pracę przy produkcji ubrań. Mieszkają w budynku, gdzie z wieloma współlokatorkami dzielą łazienkę i dwie gazowe kuchenki. Gotowanie, mycie i pranie odbywa się w turach, a wody często brakuje.

„Żyjemy jak więźniowie, serce się kraje.”

Pracownica z Bangladeszu¹¹⁰.

Także dla pracowników 15 fabryk, które odwiedziliśmy w Indiach, bieda jest codzienną rzeczywistością. Mimo że płace różnią się w zależności od regionu, niewykwalifikowana szwaczka zarabia średnio 3000 rupii (45 euro) miesięcznie (125 rupii na dzień). Pensja wzrasta do 3500 rupii (52,5 euro) w przypadku wykwalifikowanych pracowników. Aby zobrazować skalę tych zarobków, warto dodać, że wynajęcie pokoju dla jednej osoby w Bangalore kosztuje 1000 rupii, rachunki to około 500-600 rupii, a miesięczne podstawowe posiłki dla czteroosobowej rodziny kosztują około 3000 rupii. To już zawiązką wyczerpuje miesięczne wynagrodzenie.

W fabrykach produkujących na potrzeby Walmartu większość pracowników jest zatrudniona na stałe, jednak ich wynagrodzenia nie rosną wraz ze stażem pracy i zdobytym doświadczeniem. Starsi pracownicy wiedzą, że jakakolwiek rozmowa o podwyżce skończy się zwolnieniem i zastąpieniem ich przez nowych pracowników. Jedna z pracownic szyjących dla Walmartu mówi:

Niezależnie od wzoru, jaki szyjemy, czy jest on prosty, czy skomplikowany, ja dam sobie radę. Kiedy inni popełniają błędy, które trudno naprawić, przychodzą z tym do mnie. Mimo to ja i tak zarabiam tylko 3500 rupii (125 rupii na dzień). Taką samą pensję mają ci, którzy dopiero zaczęli pracę. Bardzo mi się to nie podoba¹¹¹.

Wysokość wynagrodzeń pracowników szyjących dla Tesco w Bangalore jest zróżnicowana, np. brakarki zarabiają średnio 115-125 rupii (1,73 – 1,88 euro), szwaczki z różnym stopniem wykwalifikowania zarabiają 105-135 rupii (1,58 – 2,03 euro), a pensja pomocników to 95 rupii (1,43 euro) na dzień¹¹².

„Musimy pracować w nadgodzinach. Jeśli nie, drzwi są otwarte, możemy zrezygnować z pracy”.

- pracownica indyjskiej fabryki zaopatrującej Tesco.

W fabryce na Sri Lance, zaopatrującej sieci Tesco, Walmart i Carrefour, płace wykwalifikowanych pracowników zaczynają się od poziomu 6000 rupii (36 euro), czyli poniżej ustalonego prawnie minimum, pomocnicy zarabiają jeszcze mniej bo około 5600 rupii (33,5 euro)¹¹³. Większość pracowników trzech odwiedzonych przez nas fabryk otrzymuje wynagrodzenie w przedziale 6000 rupii (36 euro) – 10000 rupii (60 euro), przy czym prawie nikt nie otrzymuje płacy wystarczającej na życie, czyli 13000 rupii (78 euro). Kobieta pracująca w jednej z tych fabryk od siedmiu lat opowiadała nam o tym, jak wygląda jej codzienne życie:

„Mieszkam w ‘internacie’ wraz z 10 innymi dziewczynami... Musimy spać w zatłoczonych pokojach ze ścianami skleconymi z desek. Nie ma w nich wystarczającej wentylacji ani ochrony przed insektami... Wydaję swoją pensję bardzo oszczędnie gdyż muszę zapłacić za zakwaterowanie i jedzenie, a część wysłać do domu na szkołę dla mojej siostry”.

„Właściciele tej fabryki czerpią zyski z naszej biedy. Utrzymują produkcję w fabryce na najwyższych obrotach dzięki naszej pracy, a płacą nam głodowe stawki... Nic z tym nie można zrobić. Musimy się pocieszać, mówiąc sobie, że taki już nasz los. Bez tej pracy nie mogłybyśmy przeżyć”¹¹⁴.

Nadgodziny: nieopłacane i przymusowe

Niskie płace mogłyby być nieco zniwelowane przez pracę w nadgodzinach, gdyby była ona odpowiednio wynagradzana, czyli opłacana według podwójnych stawek i utrzymana w granicach 12 godzinnego limitu na tydzień. Takie dodatkowe wynagrodzenie za pracę w nadgodzinach mogłoby zwiększyć podstawową płacę pracowników o 50%.

Jednak w większości badanych przez nas fabryk znacząca część nadgodzin nie jest opłacana. Dzieje się tak dlatego, że pracodawcy ustalają nierealne normyienne i, żeby im sprostać, pracownicy muszą zostawać po godzinach, a ich dodatkowy czas poświęcony na wypracowanie dziennej normy nie jest opłacany. Dodatkowo, wynika to także z nieprawidłowych i fałszowanych ewidencji pracy, tych samych, które są kontrolowane przez audytorów.

W dwóch typowych bengalskich fabrykach, które zaopatrują sieci Lidl, Walmart i Carrefour średnia płaca to 3270 – 3447 taka (33-34 euro)¹¹⁵. Aby pracownicy mogli otrzymać tę dość wysoką pensję, muszą pracować przez sześć dni w tygodniu, od 8:00 do 19:00, czyli 60 godzin tygodniowo. W innej fabryce od pracowników oczekiwano pracy do 22:00, przez siedem dni w tygodniu. Ich tydzień pracy wydłużał się do ponad 90 godzin.

Długie godziny pracy w połączeniu z ogromną presją wykonania określonych norm i sprostania krótkim terminom sprawiają, że praca w fabryce staje się

piekłem. W pierwszej ze wspomnianych fabryk, gdzie tydzień pracy jest relatywnie krótki – 60 godzin – pracownica o imieniu Salma mówi nam: „Gdy wracam do domu, czuję się tak wykończona, że nawet nie mam ochoty jeść”, a pracująca z nią Kusum dodaje: „Czasem to wszystko staje się nie do zniesienia i wtedy płaczę. Po chwili muszę wziąć się w garść, bo nie mam wyjścia, muszę pracować”¹¹⁶.

Mimo że pensje w dwóch omawianych wyżej fabrykach były wyższe, pracownicy i tak są okradani z dodatkowego wynagrodzenia za pracę w nadgodzinach. Tłumaczyli, że dostają do wykonania dzienne normy, którym po prostu nie można sprostać w zwykłym czasie pracy, zostają więc po godzinach, jednak za wypracowywanie norm w dodatkowym czasie nie są wynagradzani. Zdarza się, że pracownikom nie płaci się także za te nadgodziny, w których wykonują dodatkową pracę ponad swoje dzienne normy. 10-25 godzin w pierwszej i nawet ponad 50 w drugiej fabryce¹¹⁷.

Większość pracowników, z którymi rozmawialiśmy, otrzymywało pewne wynagrodzenie za pracę w nadgodzinach, jednak aby zarobić dodatkowe kwoty, wielu spośród nich musiało pracować dużo dłużej niż uznawane maksimum 60 godzin w tygodniu. Wielu z nich pracowało dłużej niż 72 godziny w tygodniu, przekraczając maksimum ustalone przez Walmarta. W żadnej z dziesięciu fabryk badanych przez nas w Bangladeszu tydzień pracy nie był zgodny z normami (mniej niż 60 godzin); ponad połowa z nich przekraczała ten limit, a w czterech fabrykach średni tydzień pracy był dłuższy niż 80 godzin. Ciężka praca za niskie stawki wykańcza pracowników. Pracownica zatrudniona przez dostawcę sieci Carrefour i Walmart, powiedziała nam:

„Czuje się tak zmęczona i chora po dniu pracy, że nie chcę do niej wracać następnego dnia. Głód jednak nie pozwala mi myśleć o chorobie, myśl o życiu z pustym żołądkiem sprawia, że zapominam o całej reszcie. Pracujemy, by uchronić się przed głodem.”¹¹⁸

Podobnie jak pracownicy z Bangladeszu, także ci z Indii mówili nam, że praca w nadgodzinach praca ta przymusowa.

„Nie, to nie jest nasz wybór. Musimy pracować w nadgodzinach. Jeśli nie, to drzwi są otwarte, możemy zrezygnować z pracy”.

Pracownica zatrudniona przez podwykonawcę zaopatrującego Tesco, Dehli¹¹⁹.

Szwaczka z Tirupur potwierdza: „w czasie sezonu nadgodziny są przymusowe”¹²⁰.

W indyjskich fabrykach produkujących na potrzeby sieci Carrefour w szczyście sezonu, zwłaszcza w listopadzie i w grudniu, praca w nadgodzinach jest przy-

musowa, a pracownicy nie są wcześniej informowani o konieczności dłuższej pracy. Nie wolno im odmówić.

„Jeśli mówią nam, że mamy zostać po godzinach, to musimy zostać. Jeśli chcesz utrzymać pracę, nie możesz odmówić” – twierdzi brakarka z Tirupur¹²¹.

Pracownica podwykonawcy z Dehli potwierdza:

„Musimy pracować od 9:00 rano do 1:00 w nocy. Nie możemy wybrać pracy tylko w ciągu dnia lub w ciągu nocy. To cały dzień pracy. I tak musimy pracować przez 30 dni w miesiącu”.¹²²

Kierownik działu pakowania jednego z dostawców sieci Walmart mówi:

„Pracujemy do późnej nocy, zwłaszcza w dni kiedy przygotowana jest wysyłka towaru. Nasze oficjalne godziny pracy to 9:00 – 17:30. My w pakowni pracujemy jednak do 22:00, czasem do północy, a nawet do 2:00 nad ranem”.¹²³

Fabryki produkujące dla Tesco w Indiach mają dobrą reputację, co oznacza, że oficjalnie spełniają wymagania określone przez Tesco w kodeksie postępowania tej firmy. Dostawcy Tesco w Dehli, Bangalore i Trupur mają ustalone oficjalnie godziny pracy od 8:00 do 17:30. W rzeczywistości jednak prawie każdego dnia pracownicy pracują tu w nadgodzinach¹²⁴. By działalność fabryk pozostawała w zgodzie z kodeksem postępowania Tesco, przepracowane nadgodziny nie są rejestrowane w ewidencji pracy ani wykazywane na odcinkach wypłat pracowników, mimo że fabryki wprowadzają taki system pracy, żeby zadowolić Tesco. Pracownice z Tirupur i Bangalore wyjaśniają, jak to wszystko działa:

„Zaczynamy pracę o 8:30, a kończymy o 17:30, oficjalnie, ale jeśli jest praca w nadgodzinach, zostajemy i pracujemy do późna w nocy”¹²⁵

„Bardzo dużo pracujemy w nadgodzinach. Prawie każdego dnia, zostajemy przynajmniej godzinę dłużej. Jesteśmy wzywani do pracy także w niedziele. To wszystko nie jest jednak wykazywane na naszych odcinkach wypłat, znajdzie się tam najwyżej jedna lub dwie nadgodziny na miesiąc”.¹²⁶

Oczywiście te sztuczki nie mają jedynie na celu oszukiwanie audytorów, ale też umożliwiają niewypłacanie pracownikom należnych im wynagrodzeń za dodatkową pracę:

„Nie płaci nam się za pracę w nadgodzinach. Nawet w niedziele podbijamy nasze karty przychodząc do pracy, jednak później nie ma po tym śladu w ewidencjach czasu pracy. Menadżerowie mówią, że wyrównają to, dając nam dodatkowe dni wolne, ale tak się nigdy nie dzieje. Czasem dostajemy jeden czy dwa

wolne dni, ale to nigdy nie rekompensuje przepracowanych przez nas nadgodzin”.¹²⁷

W fabrykach, w których nadgodziny są wynagradzane, nigdy nie wypłaca się za nie wyższych stawek niż za normalny czas pracy.

„Dlaczego mieliby płacić nam podwójne stawki? Mają dla nas ustaloną kwotę za każdą zmianę, nieważne czy pracujemy w nadgodzinach czy w nocy. Nie ma znaczenia, w jakim czasie pracujemy, zapłacą nam tyle, ile przeznaczyli na każdą zmianę”.¹²⁸

Ciągłe nadgodziny to nie tylko problem pracowników w Indiach. Na Sri Lance fabryki zaopatrujące Tesco pracują średnio 64 godziny tygodniowo¹²⁹. We wszystkich trzech fabrykach ze Sri Lanki opisywanych w naszym raporcie pracownicy twierdzili, że praca w nadgodzinach jest przymusowa. Jedna z kobiet pracująca w fabryce zaopatrującej Tesco jasno potwierdziła, że praca w nadgodzinach nie jest kwestią wyboru:

„Mojemu mężowi nie podoba się, że wracam z pracy tak późno. Jednak jeśli odmówimy zostawania w nadgodzinach, nie możemy oczekiwać, że wciąż będziemy mieć pracę. Musimy pracować, aż wypełnimy normy”.¹³⁰

Wniosek: Podstawowe potrzeby nie są zaspokajane

Pracownicy łańcucha dostaw przemysłu odzieżowego są po trzykroć okradani. Po pierwsze, już na wstępie niskie stawki za godzinę pracy oznaczają, że pozbawieni są prawa do płacy wystarczającej na życie, niezależnie od tego, jak ciężko pracują. Nigdzie jednak pracownicy nie dostają pensji wystarczającej na zaspokojenie ich podstawowych potrzeb. Po drugie, są okradani ze swojego wolnego czasu przez menadżerów zmuszających ich do pracy do późna. 48-godzinny tydzień pracy to nic nieznaczące pojęcie w rzeczywistości fabryki, gdzie przymusowe nadgodziny są na porządku dziennym, a limit maksimum 60 nadgodzin też jest ignorowany. Po trzecie, i to jest najbardziej oburzające, biorąc pod uwagę fakt, jak ciężko jest się im utrzymać, pracownicy ci nie dostają wynagrodzenia za przepracowane nadgodziny. Nie wspominały tu już o zasadzie wyższego wynagrodzenia z pracę w nadgodzinach, po prostu nie są one wcale opłacane.

Jest to oczywiście systemowy problem. Długie godziny pracy są specyfiką przemysłu odzieżowego, a niskie wynagrodzenia są wynikiem ustalonych na niskim poziomie płac minimalnych, dominujących w tym przemyśle. Rządy i dostawcy powinni poczuwać się do odpowiedzialności za stworzenie takiego środo-

wiska pracy. Jednak to Giganci wykorzystują ten system, jednocześnie zamieszczając w kodeksach postępowania stwierdzenia tak dalekie od kontekstu, w jakim żyją pracownicy zatrudniani w przemyśle odzieżowym, że stają się zupełnie nieadekwatne do rzeczywistości.

**„Jeśli założysz
związek, wylecisz.”**

- pracownica dostawcy Tesco w Indiach

Rozdział 5

Wolność zrzeszania się

Chociaż detaliści-giganci przyjęli kodeksy postępowania, które zobowiązują ich do przestrzegania praw związkowych, w rzeczywistości pracownicy w ich łańcuchach dostaw doświadczają represji, jeśli próbują te prawa egzekwować.

Prawa związkowe służą zarówno za cel, jak i środek; same w sobie są fundamentalnymi prawami człowieka, ale są także prawami umożliwiającymi korzystanie z innych praw, stanowiącymi dla pracowników środek do zapewnienia sobie lepszych warunków pracy we wszystkich aspektach. Związki zawodowe pozwalają pracownikom mówić głośno o naruszaniu ich praw, działać wspólnie, zamiast dać się podzielić kierownikom, a także monitorować i opisywać swoje warunki pracy oraz negocjować zmiany tych warunków, kiedy jest to konieczne.

Istnieją dwa kluczowe prawa związkowe: prawo do wolności zrzeszania się, czyli tworzenia związków zawodowych i wstępowania do dowolnie wybranego związku; oraz prawo do układów zbiorowych, czyli do negocjowania przez ten związek zawodowy warunków zatrudnienia danej osoby w jej imieniu.

Rzut oka na kodeksy postępowania, przyjęte przez detalistów-gigantów, wystarczy, że zasadniczo zgodzili się oni na sankcjonowanie tych praw i zapewnienie, by członkowie związków nie byli dyskryminowani. Obecna w Tesco i Walmarcie marka odzieżowa George zobowiązała się nawet do dopilnowania, by dostawcy przyjęli „otwartą postawę” wobec związków zawodowych. Jednak te zobowiązania dla większości pracowników pozostają w jawnej sprzeczności z rzeczywistością.

Niebezpieczeństwo zabierania głosu

Prześladowania, nękanie, zwolnienia, a nawet przemoc ze strony pracodawców próbujących skorzystać z tych praw są częścią historii ruchu związków zawodowych. Międzynarodowa Konfederacja Związków Zawodowych (International Trade Union Confederation – ITUC) szacuje, że w 2007 roku 144 działacze

„Kierownictwo wie, że jestem członkiem związku. Więc zawsze mają na mnie oko”.

Pracownik dostawcy Walmarta w Indiach

związkowych zostało zabitych w wyniku swoich działań, 5000 – aresztowanych za udział w strajkach lub protestach, a ponad 8000 – zwolnionych¹³¹.

Pracownicy przemysłu odzieżowego napotykać różne przeszkody w tworzeniu organizacji, począwszy od barier wynikających z przepisów prawnych, co omówiono poniżej. Tam, gdzie prawa związkowe są ujęte w tych przepisach, podstawową przeszkodą jest świadomość pracowników: wielu nie zna pojęcia związków zawodowych lub, co ważniejsze, nie wie, że ma ustawowe prawo do tworzenia i wstępowania do dowolnego związku oraz ochronę prawną przed dyskryminacją, jeśli się na to zdecyduje.

Zakłady odzieżowe na całym świecie to środowiska, w których jakiegokolwiek „wychylenie się” jest traktowane jak rzecz wyklęta. Mało który pracownik ośmiela się prosić o dzień urlopu lub skarżyć się na swoje płace, a więc ryzykowny pomysł otwartego brania udziału w działalności związkowej właściwie nie wchodzi w grę. Pracownicy twierdzą na ogół, że gdyby kie-

Większość pracowników, z którymi rozmawialiśmy, nie była świadoma swojego prawa do działania w związku zawodowym.

rownictwo fabryki dowiedziało się, że wstąpili do związku, od razu zostaliby zwolnieni. Niektórzy kierownicy posuwają się do tego, że mówią to otwarcie, inni natomiast przekazują taki komunikat poprzez plotki i przykłady.

Kiedy pracownicy nadstawiają karku i próbują się organizować, często napotykają zażarty opór ze strony kierownictwa fabryki. Mogą zostać przeniesieni do innej placówki prowadzonej przez tego samego właściciela, zwolnieni, pobici lub aresztowani pod sfiogowanym zarzutem. Stwierdziliśmy przykłady wszystkich tych działań w łańcuchach dostaw Gigantów.

Kierownicy fabryk mogą tolerować obecność związków, kiedy już one powstaną, ale prawdziwe układy zbiorowe – negocjowanie płac i warunków w środowisku dojrzałych stosunków pomiędzy pracownikami a pracodawcami – należą w przemyśle odzieżowym do rzadkości.

Zderzenie z rzeczywistością: prawa związkowe w przepisach prawnych

Co roku ITUC publikuje badania dotyczące łamania praw związkowych, z podziałem na kraje¹³². Tę część rozdziału oparto na wynikach badań z 2007 roku.

Prawo dotyczące związków zawodowych w Indiach, Tajlandii i Sri Lance mówi o egzekwowaniu pełnych praw związkowych i ochronie członków związków zawodowych przed dyskryminacją, chociaż z pewnymi zastrzeżeniami. Jednak we wszystkich tych krajach

brak skutecznego wdrażania przepisów, znaczące luki prawne w prawach antidyskryminacyjnych oraz częste sygnały od rządu i sądów, że będą one trzymać stronę pracodawców, oznaczają, iż w praktyce pracownicy nie mają ochrony prawnej, którą mieć powinni.

Na przykład na Sri Lance:

„Pracodawcy na ogół bardzo opóźniają przeprowadzenie referendum w sprawie związku i wykorzystują ten czas do znalezienia, prześladowania i często także zwalniania poszczególnych działaczy związkowych. W efekcie pracownicy boją się być identyfikowani ze związkiem, a związek przegrywa głosowanie”.¹³³

Natomiast w Indiach:

„Pracodawcy często albo ignorują przepisy prawne, według których zwolnienie pracownika za działalność związkową jest nielegalne, albo je obchodzą poprzez przenoszenie pracowników do innych zakładów, aby przerwać działania związkowe lub zniechęcić do tworzenia związków. Dochodzenie sprawiedliwości poprzez proces sądowy jest czasochłonne i kosztowne. Związki donoszą, że niektórzy pracodawcy uciekają się do zastraszania, grózb, degradacji, pobic i, w skrajnych przypadkach, do grózb śmiercią lub nawet prób zamordowania związkowców. Popularniejszą formą nękania jest jednak wysuwania fałszywych oskarżeń”.¹³⁴

A w Tajlandii:

„Pracodawcy często zwalniają pracowników próbujących zakładać związki zawodowe. W niektórych przypadkach są oni zwalniani w okresie oczekiwania na rejestrację związku (a więc kiedy nie są jeszcze objęci prawami chroniącymi ich przed dyskryminacją ze względu na przynależność do związku). W innych sytuacjach zwalnia się ich z powodów rzekomo niemających nic wspólnego ze związkiem, wymyślonych przez pracodawcę. Kary za bezprawne zwolnienia są zbyt niskie, by mogły odwieść pracodawców od takich praktyk”.¹³⁵

Jednocześnie w Bangladeszu:

związki zawodowe są znacząco ograniczone, mimo zapisu o możliwości tworzenia związków w konstytucji kraju. W Bangladeszu od stycznia 2007 roku obowiązuje stan wyjątkowy i wszelka działalność związkowa jest zakazana.

W warunkach obowiązywania normalnego prawa w Bangladeszu związki można rozwiązać, jeśli członkostwo w związkach w przedsiębiorstwie spadnie poniżej 30%. Prawo do strajku nie jest odrębnie uznane prawnie, więc związki muszą uzyskać zgodę trzech czwartych swoich członków, zanim mogą rozpocząć

strajk. W nowych fabrykach będących własnością inwestorów zagranicznych lub założonych jako spółki joint venture we współpracy z inwestorami zagranicznymi, nie zezwala się na strajki przez trzy lata.¹³⁶

ITUC wyjaśnia, jak pracodawcy w Bangladeszu wykruszają inne ograniczenia:

Pracownicy, którzy próbują stworzyć związek zawodowy, nie są objęci ochroną przed rejestracją związku, a więc często są prześladowani przez pracodawców, czasami przy użyciu przemocy lub z pomocą policji. Nazwiska pracowników wnioskujących o rejestrację związku często są przekazywane pracodawcom, którzy czym prędzej przenoszą ich do innego zakładu lub zwalniają, zwłaszcza w sektorze tekstylnym. Nawet po rejestracji pracownicy podejrzewani o prowadzenie działalności związkowej są regularnie prześladowani. Jedną z często stosowanych sztuczek jest zwolnienie pracownika za zaniedbanie obowiązków, bo wtedy nie jest już uprawniony do zostania związkowcem. Złożenie skargi do sądu pracy nie na wiele się zdaje, ze względu na korupcję i poważne zaległości w rozpatrywaniu spraw, sięgające czasem nawet kilku lat.¹³⁷

Poza strefą produkcji eksportowej:

Za aktywność w związkach zawodowych pracownicy są regularnie zwalniani, bici lub policja stawia im fałszywe zarzuty. Sekretarza Generalnego United Federation of Garment Workers (UGFW – Zjednoczonej Federacji Pracowników Przemysłu Odzieżowego) aresztowano kilkanaście razy.¹³⁸

Przede wszystkim w Bangladeszu nie ma jeszcze wolności zrzeszania się w strefach produkcji eksportowej, chociaż krok po kroku znosi się restrykcje. Pierwszym etapem, zakończonym w listopadzie 2006 roku, było utworzenie Komitetów Reprezentacji Interesów Pracowników (Workers Representation and Welfare Committees – WRWC). Jak donosi ITUC: „Niesprecyzowana lecz znacząca liczba przywódców i działaczy [WRWC] została zwolniona (...) w procesach, które zdaniem pracowników były stroniczne i niesprawiedliwe”.¹³⁹

Prawa związkowe u dostawców Gigantów

„Żartujecie? Nam nawet nie wolno rozmawiać ze sobą wewnątrz firmy ani na jej terenie. A wy mówicie o związkach... Nie mogę sobie nawet wyobrazić sobie założenia związku w naszej firmie”.

Pracownik fabryki zaopatrującej Carrefoura, Tirupur¹⁴⁰

Zgodnie z naszymi przewidywaniami, większość pracowników, z którymi rozmawialiśmy podczas tych

badzeń, nie była świadoma swoich praw do związku zawodowego. Niektórzy nie wiedzieli dokładnie, czym jest taki związek, a ci, którzy wiedzieli, nie zdawali sobie sprawy, że ich prawo przynależenia do związku gwarantują przepisy prawne. Jednak w większości przypadków nie ma to znaczenia, bo kierownictwo fabryk udało się przekonać pracowników, że członkostwo w związkach zawodowych nie będzie tolerowane. Pracownicą jednego z dostawców Tesco w Indiach powiedziała nam otwarcie:

„Jeśli założysz związek, wylecisz. Będą mogli wyrzucić cię w każdej chwili, bez wcześniejszego powiadomienia. Wspominano o tym wielokrotnie”.¹⁴¹

W Bangladeszu wielu pracowników, z którymi rozmawialiśmy, twierdziło, że chcieliby wstąpić do związku zawodowego, ale nie robią tego z powodu, który podsumowała pracownica jednego z dostawców Lidla i Walmartu:

„Jeśli spróbujemy założyć związek zawodowy, stracimy pracę. Więc ja nie chcę żadnego związku”.¹⁴²

W tej fabryce zwolniono kierownika liniowego po prostu za poruszenie problemów pracowników z dyrektorem zarządzającym.¹⁴³

W innej bangladeskiej fabryce będącej dostawcą Walmartu, Tesco i Carrefoura, w której płace plasują się poniżej średniej w badanej przez nas grupie zakładów, a czas pracy jest długi, jeden z pracowników powiedział:

„Przedstawiamy nasze żądania i składamy skargi, ale nic z tego nie wynika. Kierownictwo mówi: jak wam się podoba, to po prostu pracujcie. Nie musicie [tu] pracować, jak wam się nie podoba”.¹⁴⁴

Tylko w jednej spośród 31 badanych przez nas fabryk – dostawcy Tesco w Indiach – działał związek zawodowy. Warunki pracy były tu wyraźnie lepsze. Jeden z pracowników opowiadał, jak związek pomaga im, kiedy mają problemy:

„Zawsze, kiedy mamy problem, najpierw pracownik omawia go ze swoim przełożonym (...) Jeśli to nie pomoże, przywódca związku w fabryce przejmuje prowadzenie dyskusji. Jeśli nadal problem nie zostanie rozwiązany, do fabryki przyjdzie lokalny przywódca związkowy. Jeśli i ten proces się nie uda, przyjadą przywódcy związkowi ze szczebla regionalnego i będą negocjować z kierownictwem. Dzięki temu nasz związek w fabryce jest bardzo skuteczny”.¹⁴⁵

W większości fabryk pracownicy uważali związek zawodowy za dążenie szlachetne, ale całkowicie nierealistyczne, ze względu na postawę kierownictwa. Zdarzyło się sporo przypadków prześladowań pra-

Pracownicy jednego z dostawców sieci Aldi opowiadali o stosowanej przez kierownictwo taktyce tłumienia sprzeciwu, obejmującej bicie, zwolnienia i stawianie pracownikom fałszywych zarzutów popełnienia przestępstw.

owników i zwalniania ich za działalność związkową lub za samo głośne mówienie o złym traktowaniu. Chociaż rozmawialiśmy z kilkoma odizolowanymi członkami związków, żaden z nich nie ośmielił się próbować organizować pracowników w swojej fabryce. Jak wyjaśnił pracownik indyjskiego dostawcy Wal-martu:

„Kierownictwo wie, że jestem członkiem związku. Więc zawsze mają na mnie oko. Zazwyczaj nie robię żadnych problemów. Staram się zrobić swoją robotę i iść do domu. Ale mój przełożony ciągle mnie pilnuje. Kiedy przemieszczam się to tu, to tam, zawsze sprawdzają, co robię. Jeśli gdzieś pójdę, sprawdzają, czy nie rozmawiam z jakimiś pracownikami”.¹⁴⁶

Carrefour, Tesco i Walmart zlecają produkcję pewnej firmie odzieżowej w Bangladeszu. Zwróciła ona na siebie uwagę z powodu powtarzających się pracowniczych akcji protestacyjnych w jej fabrykach, tłumionych poprzez terroryzowanie pracowników i współpracę z policją. Podczas jednego z takich konfliktów w listopadzie 2007 roku policja pytała pracowników o ich problemy, udając, że próbują negocjować i przekonać kierownictwo fabryki. W dobrej wierze pracownicy opowiedzieli szczerze policjantom o swoich warunkach, a później zostali zatrzymani przez policję i aresztowani na podstawie różnych fałszywych zarzutów.¹⁴⁷

Niektóre z fabryk tej firmy są położone w strefie przemysłowej stolicy, w pobliżu ogromnych slumsów, w których mieszka wielu pracowników. Po akcjach protestacyjnych kierownictwo zidentyfikowało ich domy, a następnie byli oni zastraszeni przez lokalnych mieszkańców, sprzymierzonych z kierownictwem. Nasz zespół ankieterów musiał kilka razy odwoływać spotkania, bo pracownicy w ostatnim momencie tak się przestraszyli, że nie chcieli rozmawiać, przekonani,

że to, co powiedzą, trafi do władz fabryki za pośrednictwem „szpiegów”.¹⁴⁸

Represje związków zawodowych zdarzały się także u pewnego dostawcy sieci Aldi w Bangladeszu. Jednego pracownika zwolniono za współpracę ze związkiem, a dwie pracownice nie tylko zwolniono, ale także zmuszono do opuszczenia okolicy za próby organizowania pracowników. Pracownicy opowiadali o stosowanej przez kierownictwo taktyce tłumienia sprzeciwu, obejmującej bicie, zwolnienia i stawianie pracownikom fałszywych zarzutów popełnienia przestępstw.¹⁴⁹

Wniosek: pracownicy pozbawieni głosu

Papierkiem lakmusowym tego, czy dana marka bądź detalista traktuje swoją odpowiedzialność poważnie, nie jest samo powstanie związku zawodowego w miejscu pracy, ale to, czy pracownicy mają przekonanie, że gdyby próbowali się organizować, nie spotkaliby się z odwetem. Wymaga to silnych sygnałów ze strony nabywcy (w tym wypadku detalistów-gigantów) skierowanych do pracowników i kierownictwa oraz efektywnej edukacji prowadzonej przez zaufanych lokalnych specjalistów. Wyraźnie wynikało to z niejednego przypadku w badanej przez nas próbie, a w niemal wszystkich objętych badaniem fabrykach pracownicy twierdzili, że postawa kierownictwa uniemożliwiłaby powstanie związku zawodowego. Czy to przekonanie jest słuszne, czy nie (a dowody sugerują, że jest), ten stan rzeczy należy poprawić.

Poprawienie go wymaga ogromnych nakładów edukacyjnych oraz dodania otuchy pracownikom, a często także kierownikom. Aby mieć pełen dostęp do swoich

praw związkowych, pracownicy przemysłu odzieżowego potrzebują kontaktu z przedstawicielami lokalnych związków zawodowych lub lokalnych grup zajmujących się prawami pracowników, dzięki którym będą mieli szansę zrozumieć swoje prawa w sensie praktycznym. W przeciwnym razie pracownicy, tak jak tak kobieta z Indii, która stwierdziła: „Nie będę ryzykować swojej pracy wstępując do związku”, nie będą mieli odwagi zabrać głosu, kiedy naprawdę będą tego potrzebować.¹⁵⁰

Pracownicy zatrudnieni przez podwykonawców oraz ci na kontraktach tymczasowych muszą się liczyć z niższymi płacami, gorszymi warunkami i ciągłą obawą, że stracą pracę.

Rozdział 6

Niepewność zatrudnienia

Rozwijającym się trendem w przemyśle odzieżowym jest coraz szersze wykorzystanie takich form zatrudnienia, jak długoterminowe kontrakty tymczasowe, nierzadko zawierane za pośrednictwem podwykonawcy, kontrakty krótkoterminowe i pracownicy jednodniowi oraz podwykonawstwo. Choć formy te mogą być pozytywne, kiedy wybierają je sami pracownicy – zwłaszcza praca w domu – nie są pozytywne, kiedy pracodawcy wykorzystują je zamiast stałego zatrudnienia, aby obejść swoje ustawowe zobowiązania wobec pracowników lub by stosować wobec siły roboczej zasadę „dziel i rządź”.

Jeden z trendów to rosnące wykorzystanie kontraktów tymczasowych zamiast stałych: pracowników zatrudnia się na czas określony, do kilku tygodni do kilku miesięcy, czasem nawet na rok. Obniża to koszty pracodawców, którzy mniej wtedy płacą państwu na ubezpieczenia społeczne, ogranicza prawa, jakie muszą przyznać pracownikom, a zatem ci pozostają bardziej ulegli.

Użycie kontraktów tymczasowych jest uzasadnione w określonych okresach, dla niewielkiej części siły roboczej, kiedy nie ma innego sposobu na poradzenie sobie ze zmiennym obciążeniem pracą. Należy jednak wykorzystywać je ostrożnie i tylko dla niewielkiej części pracowników: bardziej „elastyczna”, „efektywna” siła robocza oznacza także gorszą jakość zatrudnienia, większą niepewność, a więc także niższą jakość życia.

Inną formą niepewnego zatrudnienia jest wzrost liczby pracowników kontraktowych lub zatrudnionych przez agencje pośrednictwa, pracujących w fabrykach. Są oni na dobrą sprawę pracownikami fabryki, ale stosunek pracy łączy ich z pośrednikiem. Niemal bez wyjątku tacy pracownicy mają niższe płace, bardziej wyrubowane normy i bardziej niepewną przyszłość.

Tę właśnie formę niepewnego zatrudnienia można obserwować także w niektórych sklepach detalicznych Gigantów. Sieci Aldi i Lidl zaczęły stosować zewnętrzne kontrakty pracownicze w zakresie układania towarów na półkach, remanentów, usług telefonicznych, wystroju wnętrz, zarządzania nieruchomościami, sprzątaniami i księgowości.¹⁵¹

Fabryki mogą także podzlecać produkcję małym, pokątnym warsztatom lub osobom pracującym w domu. Choć obie te formy zatrudnienia mają pewne zalety – dają pracownikom pewną niezależność w określaniu godzin i warunków pracy – to często płace są tu najniższe, a pracownicy najbardziej bezbronni i wykorzystywani.

Rosnące wykorzystanie niepewnych form zatrudnienia

Nie wszystkie kodeksy postępowania zawierają zapisy ograniczające wykorzystanie niepewnych form zatrudnienia, a tam, gdzie takie zapisy istnieją, nie są bardzo precyzyjne. W Indiach i Sri Lance w szeregu fabryk rosła liczba pracowników na kontraktach tymczasowych lub zatrudnionych przez agencje; w obu krajach znaleźliśmy też fabryki produkujące dla detalistów-gigantów, w których większość pracowników miała umowy na czas określony lub była zatrudniona sezonowo.

Dwóch pracowników fabryki w Bangalore, produkującej dla Walmartu, powiedziało nam:

„Tylko kilku pracowników ma stałe umowy, jak [na przykład] w dziale kontroli. Pozostali pracują na akord. Jedni przychodzą, inni odchodzą. Jeśli nie będą wykonywać swojej pracy jak należy albo wezmą wolne, to się ich poprosi, żeby odeszli. Jeśli popełnią błąd i powstaną jakieś problemy z wykonywanym produktem, zostaną natychmiast zwolnieni”.¹⁵²

„Tylko paru pracowników ma stałe umowy. (...) Wszyscy pracujący na akord przychodzą i odchodzą”.

- Pracownik dostawcy Walmartu w Indiach

„Firma nie ma zasad co do standardów. Więc nikt w naszej firmie nie jest na stałe. Wszyscy są tymczasowi. Jeśli nasza praca nie będzie dobra albo będziemy brać za dużo dni wolnych, kierownik fabryki i kierownik produkcji każą nam odejść i natychmiast stracimy pracę”.¹⁵³

Nie ma wątpliwości, że ci pracownicy czuli, że ich pozycja jest bardziej zagrożona niż innych. Porównajmy dwóch dostawców Tesco, których odwiedziliśmy w Sri Lance, zatrudniających podobną liczbę osób. W jednej fabryce ponad połowa pracowników była zatrudniona na kontraktach czasowych, a w drugiej tylko niewielka ich część; w pierwszej fabryce dwa razy więcej pracowników twierdziło, że boi się utraty pracy.¹⁵⁴

W fabrykach w Indiach stwierdziliśmy wzrost liczby pracowników zatrudnionych przez podwykonawców, ale pracujących w fabryce. Podwykonawcy zatrudniają pracowników na akord lub płacą im od dnia. Jeden z takich podwykonawców, działający w fabryce Tesco w Tirupurze, wyjaśnił, dlaczego rośnie wykorzystanie tej formy zatrudnienia:

„Nadzorca z firmy nie może przymuszać pracowników do bardziej wyťažonej pracy. Zatem produkcja będzie wolna. Podwykonawca ma głównie utrzymać tempo produkcji. Zawsze będzie miał w produkcji lepsze wyniki, bo może lepiej kontrolować swoich pracowników i sprowadzić ich tylu, ile będzie potrzeba, kiedy tylko pojawi się taka konieczność. Zasadniczo, produkcja jest wyższa, kiedy pracownicy podlegają podwykonawcy”.¹⁵⁵

W Tajlandii odwiedziliśmy warsztaty podwykonawcze, produkujące dla Tesco i Walmartu. Ci pracownicy polegają na zamówieniach z większych fabryk i musieli znosić jedne z najgorszych warunków, z jakimi się spotkaliśmy. Czas pracy był dłuższy, a płace niższe, więc wielu zrezygnowało i odeszło, bo nie byli w stanie się utrzymać. Te warsztaty to spółdzielnie, nie było więc wykorzystującego pracowników kierownictwa, ale raczej zbiorowa świadomość, że jeśli nie będą pracować ciężiej i za mniejsze płace, nie będą mieli w ogóle żadnych dochodów. Pracownicy podwykonawcy produkującego dla Tesco Lotus w Tajlandii wyjaśniali:

„Martwię się o bezpieczeństwo zatrudnienia. Nie mam go, bo jesteśmy pracownikami podwykonawcy. Zawsze się boję, że za miesiąc zostaną bez pieniędzy”.¹⁵⁶

Znacznie gorsze płace i warunki pracy

Jedne z najgorszych warunków pracy, z jakimi się zetknęliśmy, mieli pracownicy zatrudnieni przez tych podwykonawców. Oprócz braku zabezpieczeń, jakie daje stałe zatrudnienie, co już samo w sobie stanowi duży minus, pracownikom tym wyznaczano wyższe normyienne, często płacono niższe stawki, pozbawiano takich świadczeń, jak urlopy macierzyńskie; znacznie bardziej bali się też oni „wychylić”.

„Wszyscy pracujemy dla podwykonawcy” – powiedziała jedna z pracownic fabryki w Indiach, produkującej dla Carrefoura. – „Za całą pracę dostajemy stałą płacę. Pracuję od pięciu lat. Wtedy płacili mi 80 rupii (1,20 euro) i teraz też mi płacą 80 rupii”.¹⁵⁷

U dostawców Tesco w Tirupurze pracownicy zatrudnieni przez podwykonawcę mogli zarobić na dzień więcej niż pracownicy na stałych umowach – do 145 rupii (2,18 euro) – natomiast w Delhi niektórym płacono zaledwie 90 rupii (1,35 euro) za zmianę.¹⁵⁸ Jedna z pracownic podwykonawcy w Delhi powiedziała nam: „Moja pensja jest bardzo niska. Koszty życia wzrosły do takiego stopnia, że nie dajemy sobie rady za tę drobną sumę”.¹⁵⁹

Typowa pracownica zatrudniona przez podwykonawcę przy linii kontrolnej w fabryce w Tirpur, produkującej dla Carrefoura, dostaje tylko około 10 rupii (0,15 euro) za godzinę (1,80 euro za 12-godzinną zmianę), podczas gdy standardowe płace lokalne wynoszą 11-13 rupii (0,17 do 0,20 euro) za godzinę.¹⁶⁰

„Pracownicy zatrudnieni bezpośrednio przez firmę będą mieć wyższe płace. Inni, zatrudnieni poprzez podwykonawców, będą zarabiać mniej” – powiedziała pomocnica u innego dostawcy Carrefoura w Delhi.¹⁶¹

Szwaczka także pracująca dla Carrefoura w Delhi potwierdziła:

„Powinniśmy mieć bezpośredni kontakt z firmami. Często można stwierdzić duże zróżnicowanie standardów między pracownikami firmy a tymi zatrudnionymi przez podwykonawcę. Nasze pensje zawsze się spóźniają. Nigdy nie dostajemy pieniędzy na czas”.¹⁶²

Zakładanie związków zawodowych przez pracowników podwykonawców jest jeszcze trudniejsze niż w przypadku pracowników na stałych umowach z firmą, jak powiedziała jedna z pracownic dostawcy Walmartu w Indiach:

„Zakładanie związków wydaje się nierealne. Ludzie pracujący na rzecz jakiejś firmy mogą to zrobić, bo są tu na stałe. W dodatku podwykonawca tak bardzo się wtrąca, że ludzie nie mogą się swobodnie zbierać i kontaktować. Może łatwo podzielić pracowników różnymi metodami. Poza tym pochodzimy z różnych regionów, więc to, żebyśmy stworzyli związek, jest niemal niemożliwe”.¹⁶³

Wniosek: brak bezpieczeństwa zatrudnienia

W kodeksie postępowania Carrefoura, a także w kodeksie BSCI, który przyjęły Aldi i Lidl (zob. Rozdział 3.), nie ma wzmianki o bezpieczeństwie zatrudnienia. Kodeks ETI, przyjęty przez Tesco i markę Asda George, należąca do Walmartu, stanowi: „Zobowiązań wobec pracowników, nałożonych przez prawo pracy lub przepisy dotyczące ubezpieczeń społecznych oraz regulacje wynikające ze stosunku pracy, nie należy unikać poprzez wykorzystanie umów podwykonawczych na samą robociznę, innych kontraktów podwykonawczych lub pracy wykonywanej w domu (...) ani nadmierne wykorzystywanie umów zatrudnienia na czas nieokreślony”.¹⁶⁴

Nasze badania w Indiach i Sri Lance pokazały dobitnie, że mają tam miejsce właśnie takie nadużycia. Pracownicy zatrudnieni przez podwykonawców i ci na kontraktach tymczasowych muszą się liczyć z niższymi płacami, gorszymi warunkami i ciągłym strachem przed utratą pracy. Ta kwestia nie ogranicza się do kilku pracowników zatrudnianych co jakiś czas do pomocy przy pilnym zamówieniu; chodzi o systematyczne i coraz szersze wykorzystanie niepewnych form zatrudnienia, zarówno do radzenia sobie ze zmienną wielkością zamówień, jak i do dalszego przechylania równowagi sił na korzyść pracodawców.

Ze względu na swoją wielkość oraz metody działania polegające na zaniżaniu cen, Giganci stają się liderami w globalnym wyścigu ku jak najgorszym warunkom pracy.

Rozdział 7

Dlaczego winny jest model biznesowy Gigantów?

Przypadki łamania praw pracowników, jakie odkryliśmy podczas naszych badań, mogą być powszechne w całej branży, ale to nie zwalnia Gigantów z odpowiedzialności. Cała piątka składała i nadal składa publiczne deklaracje o swoim zaangażowaniu w kwestię dobrych warunków pracy, między innymi poprzez kodeksy postępowania, omówione w rozdziale 3. Jako czołowi globalni detaliści, mający znaczną część udziałów w detalicznym i hurtowym rynku odzieży, powinni przodować także w zakresie praw pracowniczych.

Jednak dowody z naszych badań wskazują na działania co najwyżej mierne. Giganci wydają się traktować rozpowszechnione przypadki łamania praw pracowników jako wymówkę, pozwalającą wzruszyć ramionami i działać dalej tak samo, jak gdyby nigdy nic, a nie jako powód do ponownego przeanalizowania sposobu prowadzenia swojej działalności biznesowej.

Giganci stworzyli systemy, które mają zapewnić, że fabryki będą przestrzegały ich kodeksów postępowania. Ale tworzą tylko tor przeszkód do pokonania przez dostawców i pracowników – często przy milczącej aprobacie własnego lokalnego personelu Gigantów. Efekty mają niewiele pozytywnego wpływu na warunki pracy.

Ale najbardziej niepokojące jest to, że Giganci nie potrafią znaleźć równowagi między wymogami konkurencyjności swojego modelu biznesowego – potrzebą niskich cen, szybkiej realizacji zamówień i większej niepewności – a wymaganiami dotyczącymi dobrych warunków pracy. W tym rozdziale opisujemy bardziej szczegółowo, jakie ma to skutki dla pracowników.

Kpiny ze standardów zgodności

„Oczywiście, że nabywca [Walmart] ma wiele standardów zgodności. Gdybyśmy próbowali je wszystkie wdrożyć, równie dobrze możemy siedzieć w domu. Nie byłoby żadnej produkcji (...) Prośenie nas o realizację produkcji z kodeksem postępowania to jedno, a wprowadzenie go w życie to co innego”.

Kierownik fabryki, Tirpur, Indie¹⁶⁵

Dlaczego ten kierownik tak się niepokoi? Dlaczego nie jest w stanie spełnić standardów zawartych w kodeksie postępowania? Oczywiście, jest prawdopodobne, że bardziej interesuje go maksymalizacja własnych zysków niż prawa pracowników. Coś jednak podważyło wiarygodność stawianych przez nabywcę wymagań dotyczących tych praw, zapisanych w kodeksie postępowania.

Nasze badania wskazują tu zwłaszcza na trzy czynniki; wszystkie omawiamy bardziej szczegółowo poniżej. Po pierwsze, warunki handlowe Gigantów nie dają się pogodzić ze spełnianiem standardów zawartych w ich kodeksach postępowania. Ich wymogi dotyczące kosztów i czasu realizacji uniemożliwiają kierownikowi fabryki wypłacanie wynagrodzeń pozwalających na utrzymanie się (*living wage*), kończenie pracy o 17.00 i jednocześnie przynoszenie zysków. Widać wyraźnie, co jego klienci uważają za rzecz najważniejszą i nie są to bynajmniej standardy etyczne.

Po drugie, detaliści-giganci są wśród dostawców znani z tego, że wywierają silniejszą presję cenową – do tego stopnia, że lepiej prosperujący dostawcy, cytowani poniżej, odrzucają ich oferty.

Po trzecie, zdarzają się konkretne sytuacje, w których pewne aspekty relacji handlowej mają bardziej bezpośredni wpływ na warunki pracy, zwłaszcza na płace, czas pracy i uelastycznienie siły roboczej. Dokładniej omawiamy to w następnych częściach rozdziału.

„Odhaczanie” nie wystarczy

W rozdziale 3. omawialiśmy kodeksy postępowania, przyjęte przez detalistów-gigantów. Kodeksy te zawierają minimalne standardy, które powinny mieć zastosowanie w odniesieniu do wszystkich pracowników zaangażowanych w produkcję i dystrybucję sprzedawanej przez tych detalistów odzieży. Nie jest tajemnicą, że warunki pracy w całym światowym przemyśle odzieżowym znacznie od tych standardów odbiegają. Ale przyjmując te kodeksy postępowania, a także podpisując się pod innymi inicjatywami, Giganci zobowiązali się publicznie do podjęcia poważnych prób rozwiązania tego problemu.

Nasze badania pokazują niewiele dowodów na prowadzenie takich działań w terenie. Przepaść między retoryką kodeksów a realiami w fabrykach akceptowano jako fakt, który po prostu należy przyjąć do wiadomości, a nie jako problem do rozwiązania:

„Szczerze mówiąc, jeśli będziemy się starali wdrożyć te standardy, nie będzie już żadnych dostawców mogących produkować ubrania. Musimy więc wykazać się odrobiną elastyczności. Po prostu nie możemy tak surowo traktować wprowadzania tych standardów”.¹⁶⁶

Pracownik działu zaopatrzenia Tesco, Indie.

„Nie czytamy tego [kodeksu postępowania], bo nie przyniósłby nam korzyści. Nie dostajemy korzyści, które są w nim wymienione”.

Kobieta pracująca przy produkcji dla Tesco, Carrefoura i Walmartu, Bangladesz.¹⁶⁷

Dla Gigantów rozwiązanie problemów z prawami pracowników polega na przeprowadzaniu inspekcji w fabrykach dostawców, aby spróbować określić panujące tam warunki. Walmart przeprowadza w swoich łańcuchach dostaw 16 000 takich audytów socjalnych rocznie, a Carrefour twierdzi, że w 2007 roku skontrolował 609 fabryk.¹⁶⁸

Obie firmy opublikowały dane z audytów, które pozwalają nam rzucić okiem na to, co ich zdaniem dzieje się w ich łańcuchach dostaw. Carrefour na przykład przyznaje, że w 2005 roku ponad 70% jego dostawców odzieży w Chinach naruszało postanowienia jego kodeksu dotyczące płac i godzin pracy.¹⁶⁹ Walmart twierdzi, że nawet 50% jego dostawców w całej Azji nadmiernie wydłużało czas pracy (ponad 72 godziny tygodniowo), a znaczna ich część nie wypłacała „minimalnej lub stosownej” płacy.¹⁷⁰ Co najbardziej znamienne, odsetek fabryk, w których Walmart stwierdził naruszenia „średniego ryzyka” i „wysokiego ryzyka”, wzrósł od 72% w 2004 roku do 91% w 2006.¹⁷¹ Zatem

audyty nie zmniejszają skali łamania praw pracowników, a jedynie wyciągają je na światło dzienne.

Audyty mogą być użyteczne, kiedy stosuje się je w ramach szerszego zestawu środków i przeprowadza w sposób rygorystyczny i z wycuciem.¹⁷² Z naszych badań wynika jednak, że aż nazbyt często wszyscy - pracownicy, kierownicy fabryk i nawet osoby odpowiedzialne za zaopatrzenie - uważają je za bezsensowną robotę papierkową.

„Kiedy przyjeżdżają ludzie z zagranicy, [kierownicy fabryk] opowiadają im same kłamstwa. Ale w praktyce to wszystko nieprawda. Wszystko kłamstwa. Nam też każą kłamać. Musimy kłamać, żeby utrzymać pracę. Inaczej nas powyrzucają. No to musimy kłamać”.

Krawcowa pracująca u dostawcy Tesco, Delhi.¹⁷³

„Inspektorzy Tesco w nocy nie pracują. Więc nie będą wiedzieć, czy [pracownicy fabryk odzieżowych] pracują w nocy, czy nie”.

Pracownik działu zaopatrzenia Tesco, Indie.¹⁷⁴

„Jak przyjadą i będą z nami rozmawiać, powiemy im tylko, co kazał nam mówić [dział zasobów ludzkich]. Potrzebuję pieniędzy, żeby się utrzymać, więc potrzebna mi ta praca. No to powiem, że frima płaci nam za nadgodziny, daje dobre pensje itd. Co mogę zrobić innego?”

Nadzorca pakowania, fabryka Walmartu, Bangalore.¹⁷⁵

Jak powiedzieli nam pracownicy, podczas audytów fabryk fałszuje się paski wypłat, wysyła do domu nieletnich pracowników, specjalnie na tę okazję otwiera w firmie żłobki i przedszkola i dokonuje różnych zmian kosmetycznych. W jednej z fabryk w Bangladeszu, produkujących dla sieci Aldi, pomieszczenie pokazane audytorom jako żłobek było naprawdę pokojem, w którym kierownicy jedli lunch.¹⁷⁶ W niejednej bangladeskiej fabryce żłobki i przedszkola otwierano tylko w te dni, kiedy spodziewano się audytu, a pracownikom kazano wtedy przyprowadzić dzieci. Wiarygodny audytor powinien zdawać sobie sprawę z tego podstępny; bardziej prawdopodobne wydaje się, że przytknięto na to oko.

Struktury zaopatrzenia: jak Giganci stosują wobec swoich dostawców zasadę „dziel i rządź”

Carrefour, Tesco i Walmart mają podobną strukturę zaopatrzenia. Wszystkie trzy firmy zdecentralizowały swoje praktyki zamówień poprzez globalną sieć biur. Na przykład, chociaż strategia i koordynacja zaopatrzenia Carrefoura prowadzona jest głównie z Madrytu i Paryża, istnieją trzy centra regionalne w Sao Paulo, Paryżu i Hongkongu, które zajmują się merchandisingiem, a także odpowiadają za sprawy socjalne i związane z ochroną środowiska. Pod nimi znajduje się 13 biur zaopatrzenia w głównych krajach produkcyjnych (m. in. w Chinach, Indiach, Bangladeszu, Turcji, Maroku, Polsce i Brazylii). Poprzez te biura zarządza się relacjami z dostawcami dotyczącymi zakupów i technologii, w tym negocjowaniem cen i kontrolą jakości.¹⁷⁷

Aby stać się bezpośrednim dostawcą któregoś z tych trzech Gigantów, producent musi zdobyć akredytację, w oparciu o audyty techniczne i socjalne, mające zapewnić, że spełnia wymagane standardy techniczne, socjalne i ekologiczne. Ten proces akredytacyjny można jednak łatwo obejść. Cała ta trójka Gigantów zaopatruje się w produkty także pośrednio, poprzez importerów z siedzibami w Europie i Ameryce, którzy z kolei korzystają z sieci pośredników w danym kraju. Na przykład: indyjscy wytwórcy produkujący odzież sprzedawaną w Carrefourze przeszli przez importerów ze Stanów Zjednoczonych, Francji, Włoch i Ameryki Południowej, a w relacjach tych pośredniczył agent z siedzibą w Indiach.¹⁷⁸

Aldi i Lidl zaopatrują się wyłącznie u importerów, a Aldi twierdzi, że wszyscy jego dostawcy mają siedziby w Niemczech.¹⁷⁹

Detaliści nie stawiają importerom żadnych wymagań w zakresie sprawdzania warunków panujących u dostawców.

Inaczej niż w przypadku bezpośrednich dostawców, detaliści, jak się wydaje, nie nakładają na importerów żadnych obowiązków związanych z kontrolą warunków pracy u ich dostawców. Jak powiedział nam jeden z pośrednich dostawców Carrefoura:

„Dużo zależy od nabywcy, z którym pracujemy. Niektórzy nalegają na certyfikaty, a innych to nie obchodzi. (...) Głównie agencje europejskie o nic nie pytają”.¹⁸⁰

Jeden z producentów dodał:

„Oni [Carrefour] mają bardzo surowe normy. Nie prowadzimy interesów bezpośrednio z nimi. Gdybyśmy byli bezpośrednim dostawcą, musielibyśmy mieć większą zgodność z ich standardami”.¹⁸¹

W istocie istnieją dowody, że dostawcy celowo korzystają z pośredników, żeby uniknąć kontroli technicznej i socjalnej.¹⁸² Kupiec-pośrednik z Tirupuru, będący zarazem drobnym producentem, powiedział nam:

„Bardzo trudno dostać zamówienia bezpośrednio od Walmartu. Nasze fabryki muszą dostać ich akceptację. To skomplikowany proces. Dla drobnych producentów, takich jak my, lepszym rozwiązaniem jest działanie poprzez posiadaczy licencji, bo oni zajmą się całą papierkową robotą i negocjacjami”.¹⁸³

Nasi ankieterzy dotarli do pewnego dużego dostawcy z zakładami produkcyjnymi w Bombaju, Bangalore i Tirupurze, który założył swoją główną siedzibę w Stanach Zjednoczonych i zarejestrował się jako przedstawiciel Walmartu, aby uniknąć tego systemu kontroli.¹⁸⁴ Biura kolejnych pośredników to mogą być po prostu jeden czy dwa komputery do komunikowania się z licencjonowanymi przedstawicielami za granicą. Także zakłady produkcyjne mogą się składać z małych jednostek, mających zaledwie po dziesięć maszyn.

Wybierając bezpośrednich dostawców, Walmart szuka korzyści skali; wielu spośród jego długofalowych dostawców ma fabryki, w których około 80% produkcji (10 miesięcy na rok) przeznacza się dla Walmartu.¹⁸⁵ Oczywiście ci dostawcy nie dostają lepszych warunków w zamian za skalę produkcji, ale w miarę, jak Walmart zamawia od nich coraz więcej, stają się od niego bardziej zależne. Tesco i Carrefour zwykle nie biorą od dostawców tak dużej części ich produkcji.

Technologia odgrywa kluczową rolę w strategii zaopatrzenia Walmartu. Ten Gigant załatwia wszystkie swoje zakupy poprzez Retail Link - największy, najnowocześniejszy elektroniczny system zamówień, posiadany przez jednego detalistę. Przez Retail Link przechodzi znaczna część wszystkich światowych zamówień, a wokół tego systemu powstały cały biznes szkoleniowo-edukacyjny.¹⁸⁶

Do nierealnych terminów realizacji zamówień dokładają się dokonywane w ostatniej chwili zmiany.

Bezpośredni producenci muszą być zarejestrowani w regionalnym biurze zaopatrzenia, co oznacza, że przeszli pomyślnie wszystkie kontrole zgodności, zanim mogą uzyskać dostęp do Retail Link. Kiedy już dostawcy zostaną zarejestrowani, mogą dostać specyfikacje zamówień Walmartu, wystawione do przetargu i konkurować o nie z innymi dostawcami w aukcjach internetowych w czasie rzeczywistym.

Carrefour także stosuje nowoczesną technologię w organizowaniu zaopatrzenia. W każdym sezonie rozsyła e-mailem zapytania ofertowe. Carrefour bierze próbki od wielu dostawców i wybiera 2-3 spośród nich do określonego zamówienia. Wybranym dostawcom podaje się docelową cenę, a ci następnie proponują własną, po czym muszą rywalizować on-line z innymi zakwalifikowanymi dostawcami o najniższą cenę. Dostawcy twierdzą, że cena, jakość produktów oraz szybka dostawa to czynniki decydujące o uzyskaniu zamówienia.¹⁸⁷

Akredytowani dostawcy Tesco otrzymują cztery razy w roku instrukcje z opisem zamówień, o które mogą konkurować. Dostarczają próbki w ciągu 10 dni i na ich podstawie dokonuje się wstępnej selekcji, po czym następują negocjacje cenowe, w wyniku których wyłania się ostatecznego dostawcę. Po wybraniu dostawcy detalista otwiera akredytywę – gwarancję płatności pozwalającą dostawcy na zakup surowców.

Jak jest przyjęte w przemyśle odzieżowym, dostawcy Gigantów muszą następnie dostać akceptację przedprodukcijną. Odbywa się to poprzez proces przesyłania próbek do technologów detalisty, aż zostaną one uznane za odpowiednie. Próbkę trzeba dostarczyć w określonym terminie, który jest stały, bez względu na to, ile czasu zajmuje uzyskanie akceptacji przedprodukcyjnej.

Jak widzimy, systemy zamówień skonstruowane są w taki sposób, by zmaksymalizować konkurencję między dostawcami. Ale to warunki, jakie Giganci następnie nakładają na dostawców za pomocą tych systemów – omówione w następnych dwóch punktach – leżą u podstaw problemu.

Szybkość realizacji zamówień oraz niepewność są niekorzystne dla pracowników przemysłu odzieżowego

„Wprowadzenie tego wszystkiego [kodeksów postępowania] w życie nie jest w pełni możliwe (...) Gonią nas też terminy dostaw i musimy realizować zamówienia w ustalonym czasie”.

Menadżer ds. merchandisingu, akredytowana fabryka Carrefoura¹⁸⁸

„Dużych nabywców, takich jak Walmart, nie obchodzi, czy przy produkcji wyzionimy ducha. Nie będą słuchać żadnych naszych tłumaczeń. Jeśli mamy umowę, cokolwiek by się nie stało, ubrania trzeba dostarczyć. I tyle. To nie ich problem, że mamy opóźnienie”.

Pośrednik zajmujący się zakupami, Walmart¹⁸⁹

Sezonowość zamówień od wszystkich klientów to problem dla dostawców odzieży w Indiach: w listopadzie i grudniu następuje intensywny okres realizacji zamówień, a w lipcu i sierpniu – okres martwy. Fabryki radzą sobie z tym w ten sposób, że każą pracownikom zostawać na noc w okresie zwiększonych zamówień, a także zatrudniają pracowników kontraktowych (poprzez podwykonawców), których można zwolnić na te dwa miesiące, kiedy fabryka jest zamknięta. Jak powiedziała nam grupa pracowników w Delhi: „Firma z łatwością może w każdej chwili wyrzucić nas z pracy, mówiąc, że teraz nie ma roboty. A kiedy dostaną zamówienia, mogą nas przyjąć z powrotem”¹⁹⁰. Natomiast od dostawcy Walmartu usłyszeliśmy:

„Jeśli mamy więcej zamówień, możemy mieć więcej pracowników. Ale kiedy zamówień jest mniej, nie możemy sobie pozwolić na trzymanie pracowników, którzy są beczynni, którym nie możemy dać nic do roboty. Możemy więc tylko zatrudniać robotników kontraktowych, w zależności od ilości pracy. Nabywca też zna te fakty”.¹⁹¹

Wielkość i pilny charakter zamówień Walmartu przyczynia się także bezpośrednio do powstawania trendu ku elastycznym formom zatrudnienia, podwykonawstwu i nadmiernym godzinom nadliczbowym. Jeśli znaczna większość produkcji fabryki to zamówienia Walmartu, a te wymagają dużej ilości produkcji w krótkim czasie, powstaje model „dni tłuste albo chude”, co pozbawia fabrykę zdolności do wprowadzenia przyzwoitych godzin pracy i utrzymywania stałej siły roboczej. Inny kierownik fabryki produkującej dla Walmartu powiedział nam:

„W okolicach terminów dostaw zawsze pracujemy do ostatniego tchu. Wtedy, jeśli zgłosi się jakiś pracownik, przyjmujemy go z otwartymi rękami. Koncentrujemy się tylko na tym, żeby zrealizować produkcję na czas i zdążyć na transport statkiem. Inaczej musimy wysłać transport lotniczy. Potrzebujemy więc wystarczająco dużo pracowników, by skończyć produkcję”.¹⁹²

A zatrudniona na stałe szwaczka stwierdziła:

„Zawsze przed terminem dostawy panuje taki stan wyjątkowy. Ostatnie trzy dni to na ogół duża nerwówka. Nie ma rozmowy o tym, co robimy, jak i dlaczego. Planowanie się nie sprawdza. Musimy zrealizować zamówienia, tak jak tego wymagają nabywcy”.¹⁹³

Problem nierealistycznych terminów realizacji zamówień często nasila się na etapie przedprodukcyjnym. Dostawcy opisują ważną cechę podejścia Walmartu do zamówień: twardej negocjacji w sprawie jakości próbek.¹⁹⁴ Technolodzy dokonują w ostatniej chwili zmian w zamówieniach i podchodzą do oceny bardzo surowo, co oznacza, że proces akceptacji przedprodukcyjnej ciągnie się bardzo długo, zachodząc na czas realizacji, więc w efekcie realizacja zamówienia w terminie staje się bardzo trudna. Jak powiedział jeden z indyjskich producentów:

„Asda [brytyjska filia Walmartu] – oni są najgorsi. Ciągłe coś zmieniają, do ostatniej chwili. Potem strasznie trudno jest skończyć produkcję przed terminem dostawy. Ale oni nigdy nie przyznają, że to ich wina. Znajdą jakieś wytłumaczenia i zwałą winę na nas. To co my możemy zrobić? Są dużym nabywcą, no nie? Musimy się dostosować. A potem zaczną nas prosić, żeby przesłać im towar po obniżonej cenie itd. A to oni opóźniali proces akceptacji. Ale to my musimy wysłać transport lotniczy albo dać im zniżkę, żeby przyjęli towar po terminie dostawy”.¹⁹⁵

Dostawcy są zmuszeni podnosić jakość próbek, żeby przejść proces akceptacji, nie mając przy tym możliwości negocjowania wyższej ceny lub wydłużenia czasu realizacji zamówienia. A podnoszenie jakości bez wydłużenia czasu oznacza większą presję dla pracowników. Krawcowa z Bangaloru skarżyła się:

„Nie da się zrobić 100 sztuk na godzinę, jeśli zależy im na jakości. Da się zszyć małe kawałki. Na przykład mankiety koszul, rękawy itp. Nawet większe, na przykład jeden bok koszuli. Ale jak nam każą zszyć dwie strony koszuli, czyli zrobić dwa długie szwy, i wykonać 100 takich sztuk w godzinę, to to jest po prostu niemożliwe”.

Szwaczka, Bangalore¹⁹⁶

Pracownik pewnej miejscowej organizacji pozarządowej ujął to następująco:

Presja czasowa i kosztowa odbija się bezpośrednio na pracownikach.

„Nawet producenci mają dosyć Walmartu, bo nie dość, że płaci im grosze, to jeszcze na inspekcje towarów przysyła im najsurowszych audytorów. Ci inspektorzy dyskwalifikują partię towaru z powodu drobnych defektów i wyciskają z dostawców najlepszą jakość”.¹⁹⁷

Natomiast Tesco jest znacznie bardziej zdyscyplinowane niż wiele innych firm, jeśli chodzi o zmiany w zamówieniach. Nie wprowadza zmian na etapie akceptacji przedprodukcyjnej i, jeśli próbki nie zostaną zaakceptowane w ciągu 30 dni, zamówienie jest anulowane, żeby uniknąć nadmiernej presji na utrzymanie pierwotnego terminu.¹⁹⁸ Tesco dopuszcza także pewną elastyczność w czasie realizacji: zarówno przedłużenie terminu dostawy o dzień lub dwa, jak i możliwość dostarczenia końcówki zamówienia tydzień lub dwa po terminie. Oczywiście poza tymi udogodnieniami dostawcy muszą płacić za transport lotniczy opóźnionych towarów – świadomość tego zagrożenia mają nawet pracownicy.

Pracownicy dostawców Tesco w Indiach i Bangladeszu mówili, że często muszą pracować po nocach, żeby zrealizować „pilne zamówienia”, ale sami dostawcy w Indiach twierdzili, że Tesco nie nakłada na nich tak nierealistycznych żądań, jak inni detaliści.¹⁹⁹ Te nadprogramowe nocne zmiany muszą wynikać albo z problemów spowodowanych przez innych klientów, albo z nieskutecznego zarządzania fabryką.

Nieprawdopodobnie niskie ceny to nieprawdopodobnie niskie płace

Jak już wspomniano, niskie koszty stanowią podstawę modelu biznesowego detalistów-gigantów. Ponieważ konkurują pod względem cen, sprzedając z niskimi marżami, presja na obcinanie kosztów jest ogromna i przechodzi także na dostawców. Wpływ, jaki ma to na dostawców, jest dokumentowany od wielu lat, w wielu sektorach.

Najdokładniej chyba przeanalizowano wpływ supermarketów na dostawców w trzech kolejnych bada-

niach przeprowadzonych przez Brytyjską Komisję ds. Konkurencji (British Competition Commission). W 2000 roku stwierdziła ona: „Ciężar wzrostu kosztów w łańcuchu dostaw spadł w największym stopniu na niewielkich dostawców, takich jak rolnicy”.²⁰⁰

W trudnej globalnej sytuacji finansowej, jaka powstała pod koniec 2008 roku, widać przykłady tego, jak zachodzi ten proces przenoszenia ciężaru wzrostu kosztów. W ujawnionym liście Tesco do polskiego dostawcy drobiu z października 2008 czytamy:

„Ze względu na pogłębiający się kryzys finansowy, spadające ceny surowców (mleka, zbóż, oleju, warzyw i owoców), zwiększoną agresywność cenową dyskontów (Lidl, Biedronka) oraz naszą chęć zapewnienia klientom konkurencyjnej oferty, jesteśmy zmuszeni obniżyć ceny zakupu towarów i poprawić warunki handlowe w roku 2009”.²⁰¹

To samo dotyczy przemysłu odzieżowego. Bangladeska gazeta napisała we wrześniu 2008 roku, że Walmart zażądał 2% rabatu od dostawców odzieży (choć sam Walmart temu zaprzecza).²⁰² Tesco UK napisało do wszystkich swoich dostawców artykułów innych niż spożywcze, informując o pogorszeniu warunków płatności: teraz będzie im płacić dopiero 60 dni po otrzymaniu towarów, zamiast po 30 dniach.²⁰³ Czyli de facto dostawcy dają Tesco nieoprocentowany kredyt na czas kryzysu finansowego.

Organizacja ActionAid donosiła w 2007 roku, że kierownicy fabryk w Bangladeszu informowali, iż, chociaż krajowa płaca minimalna znacznie wzrosła pod koniec 2006 roku, cena, jaką Tesco płaciło za wyprodukowane ubrania była o 5-10% niższa niż w latach 2003-2004.²⁰⁴ Jeden z dostawców stwierdził, że cena płacona przez Tesco w ciągu ostatnich dziesięciu lat spadła o połowę, mimo że koszty życia w Bangladeszu się podwoiły. Inny powiedział: „Nie możemy normalnie negocjować z obawy, że złożą zamówienie w innej fabryce albo w innym kraju”.²⁰⁵

Ankietowani przez nas dostawcy mieli inne doświadczenia z Tesco pod tym względem. Potencjalne zamówienia ogłasza się tylko w jednym kraju, więc na przykład dostawcy indyjscy konkurują tylko z innymi dostawcami z Indii.²⁰⁶ Chociaż konkurencja jest ostra, dostawcy twierdzą, że mają stabilniejsze relacje z Tesco i stały dopływ zamówień, przy czym rozkładają się one na wielu różnych dostawców, a więc nie ma sytuacji, w której główny ciężar produkcji spada na jednego dostawcę.²⁰⁷ Kierownik fabryki w Tirupurze powiedział:

„Zazwyczaj o dane zamówienie konkuruje tylko dwóch, trzech dostawców, co sugeruje, że konkurencja jest niewielka w porównaniu z Carrefourem. Tesco dzieli zamówienia tylko między indyjskich dostawców, więc nie musimy rywalizować z innymi krajami”.²⁰⁸

„Musimy przeznaczyć na pracę znacznie więcej czasu, ale dostajemy znacznie mniej pieniędzy...”

- Pracownik w warsztacie produkującym dla Tesco Lotus, Tajlandia

Jednak Tesco nadal ma reputację twardego negocjatora warunków cenowych. Jak powiedział pewien kierownik fabryki:

„Zawsze dla danej próbki ustalamy cenę z niższą i z wyższą marżą. Tesco będzie naciskać nas na obniżenie ceny do poziomu innych krajów, które dały im próbki niskiej jakości. My będziemy się trzymać naszej wyższej ceny podczas negocjacji. Kiedy nie będziemy mieć wyboru, będziemy musieli zejść do naszej niższej ceny, żeby w ogóle dostać zamówienie. Mamy jednak zasadę, żeby nie przyjmować zamówień, kiedy naciskają nas, żebyśmy zeszli poniżej naszej niższej ceny. Ale są firmy, które takie zamówienia przyjmują”.²⁰⁹

W Tajlandii pracownicy niewielkiego warsztatu dostarczającego produkty dla Tesco Lotus poprzez pośrednika stwierdzili: „Nie zawsze robimy dla [Tesco] Lotusa, bo on nam płaci mniej za trudne produkty. Musimy na nie przeznaczyć znacznie więcej czasu, ale dostajemy mniej pieniędzy (...). Pracując dla Lotusa, czujemy duży stres. Dają nam bardzo mało czasu”.²¹⁰ Ci pracownicy wyjaśniali też, że jeśli wykonane przez nich produkty nie przejdą kontroli jakości, muszą wypłacać Lotusowi odszkodowanie po cenie detalicznej, nie po cenie kosztów własnych.

W podobnym warsztacie produkującym pośrednio dla Walmartu pracownicy mówili, że na ogół średnia cena za wykonanie sztuki odzieży wynosi 10 batów, ale kiedy produkują dla dostawcy Walmartu, zarabiają tylko nieco ponad 4 baty za godzinę – a przy takiej płacy mogą „wyżyć” tylko dzięki dużej liczbie nadgo-

dzin²¹¹. Mimo to produkowanie dla dostawców Walmartu gwarantuje im zajęcie przez cały rok, podczas gdy inni klienci nie oferują takiej pewności.

Taki kompromis proponuje Walmart dostawcom: liczba zamówień i ich wielkość daje duży stopień pewności, że fabryka będzie w stanie produkować przez cały rok, ale za to dostawca musi zaakceptować niższe ceny i gorsze warunki niż w przypadku pracy dla innych firm. Jeden z pośredników powiedział nam:

„Firmy potrzebują Walmartu, bo on zamawia duże ilości. Nawet jeśli marże są niskie, ogromne zamówienia to pewny biznes. Kiedy firma ma pewną infrastrukturę, przestój maszyn może sporo kosztować. W takich wypadkach, nawet przy niskich zyskach albo i przy stratach, dostawcy będą przyjmować zamówienia, żeby tylko obniżyć koszty utrzymania infrastruktury”.²¹²

Z naszych badań wynika, że nie ma wątpliwości, iż Walmart wykorzystuje fabryki, których wiele innych firm by się nie dotknęło, jego standardy etyczne traktuje się z mniejszą powagą, a presja kosztowa, jaką wywiera, przyczynia się do niższych płac i gorszych warunków dla pracowników u jego dostawców. Jak stwierdził jeden z pośredników:

„Jeśli ja osobiście czuję, że nie da się pokryć kosztów, to nie przyjmę takich zamówień. Nawet jeśli my odmówimy, to jest tu dużo pośredników, którzy przyjmą te same zamówienia po podawanej przez klienta cenie albo nawet za mniej (...). Nie wiem, jak oni działają. Albo nie przeprowadzają kalkulacji kosztów w odpowiedni sposób, albo robią to powierzchownie i dopiero pod koniec produkcji zdają sobie sprawę, że będą mieli straty, albo może po prostu chcą przetrwać w warunkach dużej konkurencji”.²¹³

W *Les Coulisses de la Grande Distribution*²¹⁴ Christian Jacquiau opisuje stosowany przez Carrefoura model

„Psychologiczna tortura”

Opis modelu negocjacji z dostawcami, stosowanego przez Carrefoura

negocjacji z dostawcami, który, jak to ujmuję, jest równoznaczny z „psychologiczną torturą”. Jeden z byłych kupców Carrefoura, cytowany przez Jacquiau, opowiada:

„Pracowałem przy zakupach kwiatów ciętych. Naucono nas, żeby w kontraktach narzucać jak najlepsze warunki, a potem mieliśmy odmawiać przyjęcia dostawy, bo nie spełniała naszych standardów jakości. Dzięki temu mogliśmy płacić 5 franków za chryzantemę wartą 15. Jeśli dostawca odmawiał, po prostu zostawał z niesprzedanym produktem”.²¹⁵

Wniosek: zjeść ciastko i mieć ciastko

Jak się przekonaliśmy w tym rozdziale, detaliści-giganci preferują praktyki zamówień zmierzające do uzyskania od dostawców maksymalnej elastyczności i jak najniższych cen. Jednocześnie twierdzą, że doskonalą swoje systemy wprowadzania w życie kodeksów postępowania w zakresie praw pracowników. Te dwa czynniki często stoją ze sobą w sprzeczności, bo praktyki zamówień Gigantów tworzą pod kilkoma względami presję niekorzystną dla pracowników.

Po pierwsze, mamy presję selektywną, wywieraną przez Gigantów na dostawców, z których usług korzystają. Jak sugerują niektóre z przytoczonych wyżej wypowiedzi, niskie ceny i inne niekorzystne praktyki zamówień detalistów-gigantów powodują, że ich łańcuchy dostaw skłaniają się w stronę fabryk, których właściciele są bardziej zdesperowani lub mają mniejsze skrupuły. Te same cechy dostawców oznaczają, że mogą być bardziej skłonni do gorszego traktowania swoich pracowników.²¹⁶

Po drugie, presja wytworzona przez sprzeczne żądania dobrych warunków pracy i szybszej, tańszej produkcji może prowadzić do oszustw przy procedurach zgodności. Nasze badania ujawniły sfalszowane karty kontrolne pracowników i paski wypłat, przypadki zmuszania pracowników do mówienia kłamstw inspektorom i wiele innych podobnych sztuczek. Jakiej by wagi nie przykładano w centralach Gigantów i ich publicznych oświadczeniach do audytów socjalnych, dowody przytoczone w tym rozdziale pokazują, że ich personel w terenie jest zblazowany i macha ręką na rozdzwięk między faktycznymi warunkami panującymi w fabrykach a tymi, jakie opisuje się w audytach.

Po trzecie i ostatnie, presja czasowa i kosztowa odbija się bezpośrednio na pracownikach w postaci niepewnego, słabo wynagradzanego zatrudnienia. W efekcie pracownicy sektora odzieżowego dopłacają do niskich cen towarów na półkach supermarketów. Te „dopłaty” przybierają formę dwóch często stosowanych metod cięcia cen: zwiększonego wykorzystania pracowników

kontraktowych (zatrudnianych przez podwykonawcę) oraz systematycznych, nieopłacanych, obowiązkowych nadgodzin.

Niepewność wpisana w systemy zaopatrzenia, a zwłaszcza w internetowe aukcje, oznacza, że dostawcy muszą konkurować ze sobą o każde zamówienie: nie ma pewności, że będą mieli pracę, przez co trudniej jest planować tak, by obejść sezonowość zamówień. System każe rywalizować o każde zamówienie dostawcom z różnych krajów, co nieuchronnie prowadzi do obniżania kosztów, co spada na pracowników w postaci niższych płac, wymagania nieopłacanych dodatkowo nadgodzin oraz coraz częstszego zatrudniania tańszych pracowników kontraktowych.

Co więcej, ze względu na swoją wielkość i zaniżanie cen, Giganci stają się liderami, a nie naśladowcami, w globalnym wyścigu ku jak najgorszym warunkom pracy. Inni detaliści są zmuszeni obniżyć ceny i stać się bardziej agresywni w relacjach z dostawcami, aby dalej mogli być konkurencyjni, podczas gdy dostawcy muszą zaakceptować niższe ceny, jeśli mają przetrwać.

Nowe hasło reklamowe Walmartu brzmi: „Zaoszczędź pieniądze. Żyj lepiej” („Save Money. Live Better”). Rzeczywistość wygląda tak, że chociaż Giganci mogą zaoszczędzić, to pracownikom, którzy do nich dopłacają, żyje się dużo, dużo gorzej.

**Giganci bynajmniej
nie wydobywają ko-
biet z ubóstwa, ale
jeszcze na nim zara-
biają.**

Rozdział 8

Pracujące kobiety – dotknięte najciężej

Jak się przekonaliśmy, presja czasowa i kosztowa na dane miejsce pracy – czy będzie to fabryka, centrum dystrybucji czy sklep – prowadzi do niskich płac i słabych warunków pracy, tłumienia działalności związków zawodowych oraz niepewności zatrudnienia. Jednak te niekorzystne skutki nie dotyczą wszystkich pracowników w równym stopniu. Najbardziej narażone na nie są kobiety.

Aby zrozumieć, dlaczego tak się dzieje, najpierw musimy zrozumieć „potrójny ciężar” spadający na kobiety w krajach produkujących odzież. To mieszanka czynników ekonomicznych, społecznych i kulturowych:

1. Kobiety często są głównymi żywicielkami swoich rodzin. Muszą zapewnić dochody sobie, swoim starszym krewnym oraz dzieciom. Dziewczynki zawsze w pierwszej kolejności zabiera się ze szkoły i oddaje do pracy, kiedy nadejdą ciężkie czasy – wiele z nich nie chodzi do szkoły, żeby zarabiać pieniądze, tak by ich bracia mogli się uczyć. Po ślubie wiele kobiet musi iść do pracy, ponieważ mąż nie pracuje, zarabia za mało lub zbyt rzadko albo je opuścił.
2. Poza tą pracą zarobkową, na kobiety spada także odpowiedzialność za prace domowe, co oznacza, że po długim, zmudnym dniu w fabryce wracają do domu, gdzie czeka na nie szereg obowiązków domowych: pranie, sprząatanie, gotowanie. I znów to od dziewczynek oczekuje się, że nie pójdą do szkoły albo się pobawić, żeby pomóc matce w tych zadaniach.
3. Na całym świecie na kobiety – z powodów kulturowych i biologicznych – spada także odpowiedzialność za reprodukcję. Rodzenie i wychowywanie dzieci, rzadko uznawane za cenny wkład w społeczeństwo, stanowi jednak ogromne dodatkowe obciążenie dla pracownic przemysłu odzieżowego i innych kobiet.

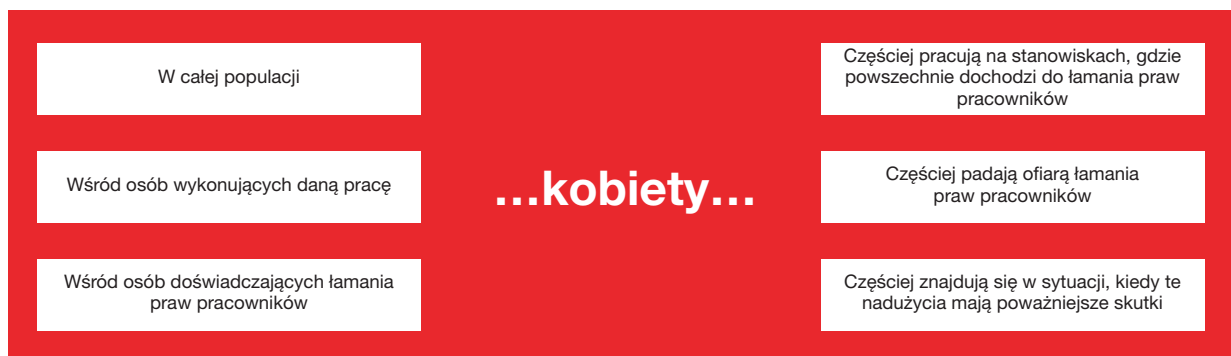
Potrójny ciężar w pracy w przemyśle odzieżowym

Wykres 3. pokazuje, jakie ten potrójny ciężar ma skutki dla kobiet pracujących w sektorze odzieżowym. Kobiety są nadmiernie reprezentowane na gorzej płatnych stanowiskach na samym dole hierarchii pracowniczej i niedostatecznie reprezentowane na wyższych szczeblach. Nawet wśród osób wykonujących tę samą pracę, kobiety są bardziej narażone na łamanie praw pracowniczych. I te naruszenia mają dla nich poważniejsze skutki. Przyjrzyjmy się, w jaki sposób potwierdzają to nasze badania.

Kobiety częściej pracują na stanowiskach, gdzie powszechnie dochodzi do naruszenia praw pracowników

Zdecydowana większość pracowników przemysłu odzieżowego – około 80% - to kobiety. To nie przypadek, ale rezultat dyskryminacji, dotyczącej je od początku do końca. Kobiety do pracy w przemyśle odzieżowym popychają potrzeby i ograniczenia wynikające z potrójnego ciężaru, jakim są obciążone. Czują palącą potrzebę zapewnienia dochodu sobie i osobom, które mają na utrzymaniu – dzieciom, rodzinie lub starszym krewnym. Mają jednak mniej możliwości zatrudnienia niż często lepiej wykształceni mężczyźni. Te same stereotypy kulturowe, według których kobiety to jednostki „pasywne”, oznaczają, że nie traktuje się ich jako „prawdziwych” pracowników, a więc mniej opcji zatrudnienia jest dla nich akceptowane kulturowo. Z tych stereotypów wynikać może też feminizacja niepewnych form zatrudnienia, omówionych w rozdziale 6.: kobietom odmawia się prawa do bezpieczeństwa zatrudnienia.

Wykres 3: Dlaczego naruszanie praw pracowników bardziej odbija się na kobietach



Kobiety są wciągane do tej branży przez pracodawców wykorzystujących stereotypy kulturowe – których kobiety często muszą się trzymać – kobiet jako osób biernych i uległych. Obowiązki zarobkowe, reprodukcyjne i domowe ograniczają zdolność kobiet do szukania innej pracy, podejmowania działań w celu poprawienia swoich warunków pracy lub głośnego mówienia o złym traktowaniu, jakiego doświadczają, co w oczach kierownictwa czyni je pracownikami idealnymi. Kiedy praktyki zamówień podnoszą presję wywieraną na fabryki przez nabywców, te czynniki sprawiają, że kobieca siła robocza staje się coraz atrakcyjniejsza dla pracodawców.

Te dyskryminujące czynniki objawiają się także w miejscu pracy. Kiedy fabryki zatrudniają pracowników obu płci, rzadko mamy do czynienia z równością płac lub możliwości: zazwyczaj większość nadzorców to mężczyźni, zaś większość robotników to kobiety; gra-

nice obszarów obowiązków przebiegają zwykle zgodnie z podziałem płci, przy czym „męskie” stanowiska są lepiej płatne. Na przykład w większości bangladeskich fabryk, jakie odwiedziliśmy, ścisły podział płciowy oznaczał, że kobiety były szwaczkami, a mężczyźni zajmowali się krojeniem materiałów, czyli zajęciem lepiej płatnym.

Historie życia większości kobiet w naszym badaniu pokazują, że praca w przemyśle odzieżowym to ostatnia deska ratunku, a nie ekscytujący krok naprzód - i towarzyszy jej poczucie nieuchronności. Jedna naszych rozmówczyń w Bangladeszu powiedziała: „Jesteśmy biedne, więc musimy pracować w fabryce odzieżowej (...) to mój pech, że tak zarabiam na życie”.²¹⁷

Pracownica jednej z odwiedzonych przez nas fabryk w Sri Lance opowiedziała nam taką, dość typową, historię:

„Jako nastolatka przestałam chodzić do szkoły, bo musiałam opiekować się moimi braćmi i siostrami. Moja mama chodziła do pracy, więc ja musiałam gotować i zajmować się młodszym rodzeństwem (...). Kiedy skończyłam 16 czy 17 lat, poszłam na rozmowę o pracę w [fabryce odzieżowej], załatwioną przez koleżankę (...). [Teraz] matka już nie pracuje. To ja zarabiam i wysyłam pieniądze do domu. Suma, którą wysyłam, nie wystarcza, ale siebie też muszę nakarmić. Jestem dziewczyną, ale nie mam ani jednej pary kolczyków. Nie mam jak się modnie ubrać, bo pensja, którą dostaję, ledwie na wszystko starcza. Co mogłam zrobić? Poczynam się myśleć, że taki los już mnie czekał od urodzenia”.²¹⁸

Kobiety częściej padają ofiarą łamania praw pracowników

Życie pracowników przemysłu odzieżowego, czy to kobiet, czy mężczyzn, to nie bajka. Ale kobietom jest znacznie ciężej niż ich kolegom. Wszystkie kodeksy postępowania Gigantów zabraniają dyskryminacji pra-

Historie większości ankietowanych przez nas kobiet pokazują, że praca w przemyśle odzieżowym to ostatnia deska ratunku.

cowników ze względu na płeć, a także kar cielesnych i napastowania seksualnego, słownego i fizycznego. Jednak w naszych badaniach stwierdziliśmy częste przypadki wszystkich tych naruszeń, zwłaszcza w Bangladeszu: kobietom płaci się mniej niż mężczyznom, mają też mniej możliwości awansu; zdarza się też bicie, słowne obelgi – często o podtekście seksualnym – oraz niestosowane komentarze i dotykanie pracownic przez nadzorców.

„Używają takiego języka, że ja nawet nie powtórzę. Czujesz się wtedy tak podle, że chcesz rzucić pracę” – powiedziała jedna z kobiet w bangladeskiej fabryce produkującej dla Walmartu, Carrefoura i Lidla, w której trzy czwarte z naszych rozmówczyń twierdziło, że spotkało się ze zniewagami słownymi.²¹⁹ W innej fabryce, dostawcy Walmartu, Tesco i Carrefoura, jedna z pracownic opisała takie zniewagi jako „rzecz na porządku dziennym”,²²⁰ a w jeszcze innej pracownice opowiadały, że nadzorcy wymierzają im klapsy lub policzki; jedna z kobiet opisywała nawet, jak nadzorca złapał ją za głowę i uderzył nią o stół.²²¹

Napastowanie kobiet w fabrykach to skuteczna metoda zastraszania pracownic i zmuszania ich do uległości. Nasi ankieterzy w Bangladeszu odnotowali, że zniewagi słowne stosowano często, kiedy pracownice prosiły o urlop, z takim skutkiem, że kobiety dawały za wygraną i godziły się na obcięcie wynagrodzenia, byleby tylko nie musieć słuchać tych obelg.

Ograniczenia kulturowe i ekonomiczne nie pozwalają pracownicom mówić głośno o panujących w fabryce warunkach ani wstąpić do związku zawodowego. Kobieta pracująca u dostawcy Lidla i Walmartu w Bangladeszu, zatrudniającego same kobiety w hali fabrycznej, powiedziała:

„Kobiety można zmusić, żeby tańczyły jak kukielki, ale mężczyźni nie dadzą się w ten sposób torturować. Właściciele nie obchodzi, czy o coś prosimy, ale żądania stawiane przez mężczyzn trzeba wziąć pod uwagę. No to nie zatrudniają mężczyzn”.²²²

Czynniki decydujące o tym, że kobiety potrzebują pracy, mając jednocześnie niewielkie możliwości wyboru, oznaczają, że są one bardziej narażone na odwet, kiedy próbują zabierać głos. Ponieważ mają osoby na utrzymaniu, więcej ryzykują, więc groźby zwolnienia lub zastosowania przemocy mają na nie większy wpływ niż na mężczyzn. Względy kulturowe mogą stworzyć barierę niepozwalającą kobietom otwarcie się na coś skarżyć, szczególnie przełożonym-mężczyznom, a obowiązki domowe i reprodukcyjne ograniczają czas, jaki kobiety mogą poświęcić na udział w działaniach związkowych.

„W tej fabryce pracują głównie kobiety, więc nie możemy zwoływać strajków” – powiedziała jedna

z pracownic dostawcy Lidla i Walmartu w Bangladeszu.²²³ „W przypadku sporu z kierownictwem, wcześniej się z nami pożegnają” – stwierdziła inna. – „Nie ma tu pracowników mężczyzn, więc nic nie możemy zrobić”.²²⁴

Łamanie praw pracowników ma poważniejsze skutki w przypadku kobiet

Dyskryminacja płacowa w połączeniu z dyskryminacją ze względu na płeć, obecną we wszystkich krajach produkujących odzież, oznacza, że pracujące w tym przemyśle kobiety częściej są niedożywione i brakuje im przyzwoitych warunków mieszkaniowych oraz dostępu do opieki medycznej, a także do czystej wody i sanitariatów.

Niższe płace, a także konieczność wykarmienia większej liczby osób, zmuszają kobiety do dłuższej i cięższej pracy w fabryce, by związać koniec z końcem. Jednak wiele kobiet dłużej i ciężiej pracuje już w domu. Chociaż pracują do późnej nocy, po powrocie do domu muszą uporać się z kolejnymi obowiązkami. „Czuję się tak wyczerpana i pusta, że nawet jeść mi się nie chce” - powiedziała jedna z kobiet w bangladeskiej fabryce produkującej dla Tesco i Walmartu.²²⁵ Ten stan rzeczy prowadzi do wyczerpania i urazów wynikających ze stresu i przepracowania, depresji i innych chorób w wyniku obniżonej odporności, a także dłuższego okresu powrotu do zdrowia po doznaniu urazów lub chorobie.

„Używają takiego języka, że ja nawet nie powtórzę. Czujesz się wtedy tak podle, że chcesz rzucić pracę”

- Kobieta pracująca w bangladeskiej fabryce – dostawcy Walmartu, Carrefoura i Lidla.

Długi czas pracy w fabrykach odzieżowych to już obciążenie samo w sobie, ale kiedy kobieta zachodzi w ciążę, staje się to znacznie poważniejszym problemem. W większości z dziesięciu fabryk, które odwiedziliśmy w Bangladeszu, stwierdziliśmy przypadki kobiet w zaawansowanej ciąży zmuszanych do pracy bez żadnej taryfy ulgowej – w tym na długich nocnych zmianach, czasami nawet na zmianach nocnych – aż do momentu pójścia na urlop macierzyński. W czterech fabrykach była to norma, a w kilku innych co prawda większość kobiet twierdziła, że dostawały łatwiejsze zadania i mogły wychodzić wcześniej, ale niektórym na to nie pozwalano. W jednej fabryce zależało to od tego, czy miało się dobre układy z kierownictwem.²²⁶

„Jeśli fabryka pracuje do 22.00, kobiety w ciąży też muszą pracować aż do tej godziny” – powiedziała jedna z pracownic dostawcy Walmartu, Carrefoura i Lidla.²²⁷ Pracownicy innej fabryki w Bangladeszu, produkującej dla Carrefoura, opowiadały, że ciężarne kobiety miały nadal pracować 10 godzin dziennie oraz na zmianach nadliczbowych: „Pracowałam tak, jak inni” – mówi Sarmin. „Tylko kiedy cierpienie staje się nie do zniesienia i [ciężarna kobieta] nie może przestać płakać, dostaje wolne” – dodaje Buna. – „Ale jeśli pracy jest dużo, żadne płacze nie pomogą”.²²⁸

Wszystkie oprócz dwóch z dziesięciu bangladeskich fabryk – dostawców Aldiego, Lidla i Walmartu – zapewniały pracownikom płatne urlopy macierzyńskie. U jednego dostawcy Lidla i Walmartu, z całkowicie kobiecą załogą, pracownicy powiedziały wyraźnie, że jedynym sposobem na urodzenie dziecka jest odejście z fabryki na zawsze.²²⁹

Realia ekonomiczne wymagają od pracujących w przemyśle odzieżowym kobiet mających dzieci, by na czas swojej pracy zostawiały je z przyjaciółmi lub krewnymi nawet na 12 godzin dziennie, albo, co gorsza, pozostawiły dzieci z krewnymi w rodzinnej wiosce i widywały się z nimi tylko kilka razy w roku. Opowieść pracownicy fabryki w Sri Lance produkującej dla Tesco podsumowuje tę trudną sytuację:

„Wychodzę z domu o szóstej rano i wracam o dziewiętej wieczorem... Wychodzę, kiedy moja córka jeszcze śpi i wracam, kiedy już się położyła. Dziecko ogląda moją twarz tylko raz w tygodniu. (...) Nie zostaje mi czasu, żeby wypełnić moje obowiązki gospodyni domowej... Nie mogę wziąć zwolnienia, kiedy moje dziecko albo rodzice zachorują. Muszę żyć poświęcając wszystko dla marnej pensji, którą dostaję na koniec miesiąca. [Mojemu mężowi] nie podoba się, że tak późno wracam do domu. Ale nie możemy odmówić pracy w nadgodzinach i liczyć na to, że jeszcze będziemy pracować. Musimy harować, żeby wyrobić normy”.²³⁰

Złe traktowanie ze względu na płeć to skuteczne narzędzie zastraszania pracownic fabryk i zmuszania ich do uległości.

We wszystkich oprócz dwóch bangladeskich fabryk (te dwie były dostawcami Aldiego, Lidla i Walmartu) znajdowało się pomieszczenie pełniące rolę przedszkola lub żłobka, co miało umożliwić kobietom z małymi dziećmi powrót do pracy. Pracownicy wyjaśniały jednak, że w połowie fabryk z takimi pomieszczeniami wykorzystywano je do opieki nad dziećmi tylko wtedy do fabryki przyjeżdżali nabywcy lub audytorzy (fabryki te łącznie były dostawcami wszystkich Gigantów). W jednej przez resztę czasu pomieszczenie to służyło kierownikom za stołówkę.²³¹ W innej pracownicy twierdziły, że kazano im przyprowadzać dzieci w określone dni, żeby pokazać audytorom, że fabryka ma działające przedszkole.²³²

Wniosek: najbardziej wyzyskiwane

Dyskryminacja ze względu na płeć jest głęboko zakorzeniona w społeczeństwach wszystkich krajów, w których produkowana jest odzież. Gdy nadchodzi kryzys, kobiety i dziewczęta zazwyczaj odczuwają go boleśniej niż mężczyźni. Dziewczynkom daje się mniej do jedzenia niż ich braciom i wcześniej zabiera się je ze szkoły. To kobiety w pierwszej kolejności mają wziąć na siebie odpowiedzialność finansową, kiedy ich rodziny nie mogą związać końca z końcem, a jednak to one mają najbardziej ograniczone potencjalne źródła dochodów.

Kiedy przyjrzymy się łamaniu praw pracowników poprzez pryzmat płci, okazuje się, że podobnie wyglądają efekty kryzysowej sytuacji wywoływanej przez praktyki zamówień. Wszechobecna dyskryminacja ze

względu na płeć oznacza, że kobiety od razu są bardziej narażone na negatywne skutki tych niekorzystnych praktyk. A dyskryminacja w fabryce – że zarabiają mniej, a także muszą znosić złe traktowanie ze strony nadzorców w napiętej atmosferze powstałej w wyniku presji czasowej i kosztowej. Sam charakter tego złego traktowania – molestowanie seksualne lub przemoc fizyczna – także wynika z dyskryminacji ze względu na płeć.

Kobiety mają więcej obowiązków poza miejscem pracy, a więc dotkliwiej odczuwają niskie płace, dłuższy czas pracy i większa niepewność zatrudnienia. Odbija się to nie tylko na ich, ale także na dzieciach, starszych krewnych i innych osobach pozostających na ich utrzymaniu. Są pod większą presją, by utrzymać rodzinę i mają mniejszą zdolność, by sprzeciwić się trudnym zmianom, jakie się na nich wymusza, zwłaszcza bez wsparcia związku zawodowego.

Detaliści-giganci nie stworzyli dyskryminacji ze względu na płeć, tkwiącej głęboko w tych społeczeństwach. Ale praktyki zamówień zwiększające presję na dostawców żerują na słabszej pozycji pracujących kobiet, a w ten sposób Giganci mają pewność, że te pracownice nadal będą „dotować” ich zyski. Co gorsza, wpływ tych praktyk zamówień na formy i warunki zatrudnienia jeszcze pogłębia to niekorzystne położenie kobiet. Giganci bynajmniej nie wydobywają kobiet z ubóstwa, tylko na nim zarabiają.

Rozdział 9

Rekomendacje

Clean Clothes Campaign (CCC) przygotowała szczegółowe rekomendacje dla podmiotów publicznych i prywatnych odpowiedzialnych za poruszane w tym raporcie kwestie. Ten rozdział obejmuje wnioski i informacje z rozległej sieci CCC, w tym także krajów, w których produkowana jest odzież.

Rekomendacje nie tworzą wyczerpującego programu działań dla firm i rządów, ale raczej podkreślają niektóre z najważniejszych obszarów wymagających podjęcia zdecydowanych kroków.

Mamy tu trzy grupy podmiotów. Pierwszy punkt dotyczy wszystkich firm związanych z produkcją odzieży, a więc dużych marek, detalistów, pośredników, dostawców i podwykonawców. Wszystkie są odpowiedzialne za warunki pracy w łańcuchu dostaw. Drugi punkt skupia się konkretnie na detalistach-gigantach i przedstawia rekomendacje dotyczące spraw poruszonych w tym raporcie. Natomiast w punkcie trzecim opisujemy niektóre z obowiązków rządów różnych krajów: tych, gdzie produkuje się odzież, tych, gdzie mieszczą się centrale detalistów-gigantów oraz tych, w których ci detaliści sprzedają ubrania.

1 Działania dla wszystkich firm w łańcuchu dostaw odzieży

Wdrażanie standardów pracy

Firmy powinny przyjąć kodeks postępowania ze standardami pracy równoważnymi z tymi przedstawionymi w kodeksie postępowania CCC lub od nich wyższymi.²³³ Kodeks powinien dotyczyć wszystkich pracowników, zarówno tych pracujących w sprzedaży detalicznej, w dystrybucji, jak i w produkcji, aż do ostatniej fabryki podwykonawczej lub pracownika chałupniczego. Powinien obejmować wszystkie miejsca pracy, bez względu na to, czy łączy je bezpośrednia relacja z nabywcą, czy korzystają one z pośrednika.

Kodeks postępowania powinien być wyczerpujący, wiarygodny i dostępny dla pracowników oraz ogółu społeczeństwa; obejmuje to opublikowanie go na stronie internetowej firmy oraz w fabrykach w lokalnym języku i w obrazkach dla osób niepiśmiennych.

Kodeks należy wprowadzić w życie. Skuteczne monitorowanie i weryfikacja to konieczna – choć niewystarczająca – część działań każdej firmy zmierzających do zapewnienia wdrożenia kodeksu. Uważną obserwację wprowadzania w życie oraz zgodności z tymi standardami nazywa się monitoringiem, a jego rezultaty należy zweryfikować.

Ponieważ zasadniczym elementem weryfikacji jest wiarygodność, muszą ją przeprowadzić organizacje lub osoby niezależne, finansowo i pod innymi względami, od firmy lub organizacji, których twierdzenia się weryfikuje, oraz od innych podmiotów komercyjnych w łańcuchach dostaw przemysłu odzieżowego.

Tworząc takie systemy, firmy powinny współpracować bezpośrednio ze związkami zawodowymi i organizacjami pozarządowymi, na przykład poprzez inicjatywy wielostronne (*multi-stakeholder initiatives* – MSI). Żeby takie systemy były wiarygodne, organizacje te powinny być reprezentowane na wszystkich szczeblach decyzyjnych, aż do najwyższego.

CCC przedstawiała już w innych miejscach swoje poglądy na temat tego, jak wdrażanie, monitoring i weryfikacja powinny odbywać się w kontekście wielostronnym, m. in. w swoim wzorcowym kodeksie postępowania oraz w publikacji „Całościowe podejście do kodeksów postępowania” („Full Package Approach”).²³⁴

2a Działania dla detaliistów-gigantów dotyczące kluczowych problemów

W ramach powyższych działań, detaliści-giganci powinni podjąć konkretne kroki, by zapewnić bardziej wiarygodne i skuteczniejsze wdrażanie wszystkich standardów w łańcuchach dostaw.

Jeśli chodzi o standardy pracy, powinni zwracać szczególną uwagę na wolność zrzeszania się, prawo do płacy wystarczającej na utrzymanie (*living wage*) oraz bezpieczeństwo zatrudnienia.

Ułatwianie dostępu do wolności zrzeszania się

Należy podjąć proaktywne i wymierne działania w celu zapewnienia, by wszyscy pracownicy mieli prawo założyć związek zawodowy i wstąpić do dowolnego związku, a także uczestniczyć w negocjowaniu zawartych w dobrej wierze układów zbiorowych ze swoimi pracodawcami. Działania te powinny obejmować następujące kroki, co nie znaczy, że mają się do nich ograniczać:

1. Wskazówki dotyczące oczekiwań wobec dostawców w zakresie spełniania tych standardów oraz o tego, na czym polegają właściwe mechanizmy konsultacyjne i reprezentacyjne. Takie wskazówki powinny być zgodne ze znaczeniem „wolności zrzeszania się” w rozumieniu procedur MOP.
2. Regularne sprawdzanie polityki dostawców w zakresie zatrudniania, zwolnień dyscyplinarnych i rozpatrywania skarg.
3. Wsparcie i ułatwianie szkoleń kierownictwa, pracowników i przedstawicieli pracowników (razem i oddzielnie) w zakresie wolności zrzeszania się, układów zbiorowych i stosunków między pracownikami a kierownictwem. Takie szkolenia powinny prowadzić związki zawodowe lub wiarygodne organizacje zajmujące się prawami pracowników. Należy w nich uwzględnić fakt, że siła robocza w tym sektorze składa się głównie z kobiet. Nabywcy i detaliści powinni dopilnować, by dostawcy w pełni zaangażowali się w te inicjatywy.

Niektóre miejsca pracy znajdują się w krajach lub na obszarach, gdzie istnienie związków zawodowych jest zakazane lub państwo dało na nie monopol organizacji kontrolowanej przez rząd, a zakładanie prawdziwie niezależnych związków zawodowych jest zabronione. W takich miejscach także należy podejmować kroki propagujące wolność zrzeszania się, w tym otwarte informowanie o tej polityce danych rządów, a także angażowanie pracowników we wspólne działania oraz ułatwianie im organizowania się w sposób zgodny

z zasadami wolności zrzeszania się i poszanowania praw człowieka.

Wypłacanie wynagrodzeń wystarczających na życie

Detaliści-giganci powinni umieścić w swoich kodeksach postępowania zapis o płacach wystarczających pracownikom na życie (*living wage*). Należy podjąć konkretne działania w kierunku wdrożenia tego standardu, tak by takie wynagrodzenie było wypłacane za normalny tydzień pracy wszystkim pracownikom w łańcuchach dostaw. Takie działania powinny obejmować następujące kroki, co nie znaczy, że mają się do nich ograniczać:

1. Współpraca z lokalnymi związkami zawodowymi i grupami zajmującymi się prawami pracowników, w celu opracowania standardów „drabiny” płac, po której pracodawcy mają się „wspinać”, w tym także obliczyć wysokość płacy wystarczającej na życie w każdym kraju lub regionie.
2. Prowadzenie niezależnej oceny cen płaconych dostawcom, aby stwierdzić, czy te ceny są wystarczające, by umożliwić spełnienie międzynarodowych standardów pracy, a także wypłacanie pracownikom wynagrodzeń pozwalających na zaspokojenie podstawowych potrzeb. W ocenie tej należy wziąć pod uwagę koszt pracy wykonywanej przez osoby pracujące w domu (np. haftów) oraz płace otrzymywane przez tych pracowników.
3. Ułatwianie tworzenia struktur negocjacyjnych umożliwiających kierownictwu fabryk i związkowi zawodowemu wprowadzenie płacy wystarczającej na życie (*living wage*) do istniejących struktur płac w tych fabrykach. Tu także należy uwzględnić stawki płacone osobom pracującym w domu.
4. Poufnie: informowanie przedstawicielom pracowników zajmujących się negocjowaniem układów zbiorowych z dostawcami o cenie jednostkowej płaconej przez nabywcę za towary.
5. Apelowanie do rządów narodowych o podwyższenie płacy minimalnej, zgodnie z Konwencją MOP,²³⁵ lub popieranie takich apeli.

Bezpieczeństwo zatrudnienia

Pracownicy zajmujący się główną pracą wykonywaną w fabryce powinni mieć prawo do stabilnego zatrudnienia. Wykorzystywanie niepewnych form zatrudnienia, takich jak kontrakty krótkoterminowe, pracownicy jednodniowi oraz agencje pośredników, mogą być uzasadnione tylko w przypadku pracy wyraźnie wyjątkowej lub wychodzącej poza zakres normalnej, codziennej pracy fabryki.

Umów na czas określony nie należy wykorzystywać do ograniczenia ustawowych praw i świadczeń, do jakich upoważnieni się stali pracownicy.

To oznacza, że:

1. Umowy na czas określony należy stosować tylko według wyraźnie zdefiniowanego planu, uzasadniającego ich użycie.
2. Wszystkie umowy na czas określony powinny zapewniać pracownikom przynajmniej taką samą pensję i świadczenia, jakie otrzymują stali pracownicy wykonujący tę samą pracę.
3. Pracownik krótkoterminowy powinien mieć automatycznie prawo do stałego zatrudnienia, jeśli pracuje u tego samego pracodawcy przez dwa lata lub kiedy podpisuje trzecią umowę z tym samym pracodawcą po dwóch kontraktach krótkoterminowych.
4. Nie należy wykorzystywać umów podwykonawczych na samą robociznę lub fałszywych programów praktyk zawodowych, aby uniknąć wywiązywania się z obowiązków wobec pracowników.
5. Wszyscy pracownicy mający umowy na czas określony powinni mieć prawo wstąpienia do dowolnego związku zawodowego, w tym do każdego związku skupiającego stałych pracowników, w fabryce, w której pracują.

Należy podjąć kroki w celu zapewnienia, że inne niepewne formy zatrudnienia, takie jak praca w domu, są uznawane i całkowicie objęte zakresem kodeksów postępowania oraz systemów monitoringu i weryfikacji. Osoby pracujące w domach powinny mieć właściwe umowy, dzięki którym mogą udowodnić swój status pracownika. Powinny mieć dostęp do tych samych świadczeń ubezpieczeń społecznych, do jakich uprawnione są osoby pracujące w fabryce.

Równouprawnienie

Należy podjąć kroki w celu wyeliminowania złego traktowania i dyskryminacji kobiet, zwłaszcza jeśli chodzi o różnice między płacami w zakresie płac, szkoleń i awansów. Należy także podjąć kroki w kierunku rozwiązania problemów związanych z dyskryminacją płciową przy wdrażaniu standardów pracy, w tym w związku z działaniami opisanymi poniżej (2b).

2b Działania dla detalistów-gigantów dotyczące wdrażania standardów pracy

Identyfikowalność i jawność

Firmy powinny:

1. Obserwować i kontrolować łańcuchy dostaw, a także opracować mechanizmy, dzięki którym będą wiedzieć, gdzie odbywa się praca w całości ich łańcucha dostaw, kto ją wykonuje i w jakich warunkach.
2. Ujawnić skład łańcucha dostaw i warunki w nim panujące, w tym:
 - lokalizację miejsc pracy
 - wyniki kontroli miejsc pracy lub audytów społecznych
 - plany i podjęte działania naprawcze.

Priorytetem powinno być przedstawienie informacji zwrotnych samym pracownikom.

Nie salwować się ucieczką

Kiedy u obecnych dostawców stwierdzone zostaną uchybienia w zakresie standardów pracy, detaliści nie powinni odcinać się od nich i salwować się ucieczką, ale współpracować z tymi dostawcami, ze związkami zawodowymi i innymi lokalnymi organizacjami zajmującymi się prawami pracowników, aby poprawić panujące w fabrykach warunki.

Generalnie, detaliści powinni zawsze zawiadamiać z odpowiednim wyprzedzeniem o zamiarze zakończenia relacji z dostawcą, żeby można było zapewnić pełne odprawy i inne świadczenia; powinni także pomagać w przekwalifikowaniu pracowników i znalezieniu innych możliwości zatrudnienia.

Praktyki zamówień

Detaliści powinni zrozumieć i przyznać, że ich praktyki zamówień mogą stanowić poważną przeszkodę w osiągnięciu przyzwoitych warunków pracy w łańcuchach dostaw w przemyśle odzieżowym. Praktyki zamówień powinny dawać dostawcom możliwości dobrego traktowania pracowników, a nie je ograniczać. Aby mogło o mieć miejsce, detaliści muszą:

Oceniać

W ramach wdrażania kodeksu detaliści powinni określić pozytywny i negatywny wpływ swoich praktyk zamówień na warunki pracy oraz na dążenia do poprawienia zgodności ze standardami pracy. Należy zwrócić uwagę na wpływ na bardziej zagrożone grupy pracowników, w tym kobiety, imigrantów, pracowni-

ków kontraktowych (zatrudnionych przez podwykonawców) i osoby pracujące w domu.

Prowadzić działania naprawcze

Opracować i wdrożyć plan zreformowania lub wyeliminowania tych praktyk zamówień, które mają negatywny wpływ – a promować te, które mają wpływ pozytywny – na warunki pracy i na dążenia do poprawienia zgodności.

Komunikować

Ujawnić pracownikom w całym łańcuchu dostaw, ich reprezentantom oraz opinii publicznej wyniki tej oceny wpływu praktyk zamówień na warunki pracy, a także przedstawić treść planu naprawczego i postępy w jego wdrażaniu.

Odpowiedzialne praktyki detaliczne

Obowiązki detalistów-gigantów w zakresie praw pracowników nie kończą się na wdrożeniu przyzwoitych standardów pracy dla pracowników przemysłu odzieżowego. Prawa pracowników handlu detalicznego i dystrybucji są równie ważne, jak pracowników znajdujących się w dalszej części łańcucha dostaw. Co więcej, decyzje podejmowane przez detalistów-gigantów odnośnie praktyk sprzedażowych na rynku detalicznym mogą sprawić, że ich konkurenci będą odczuwać większą presję cenową, a więc mają wpływ na pracowników w łańcuchach dostaw innych detalistów. Dlatego ważne jest, by Giganci podjęli następujące działania:

Wdrożenie przyzwoitych standardów pracy dla pracowników w handlu detalicznym i dystrybucji

Kodeks postępowania musi obejmować wszystkich pracowników, także tych w handlu detalicznym, dystrybucji i sklepach działających na podstawie umowy franchisingowej, przy czym należy uwzględnić, że w handlu detalicznym pracują przede wszystkim kobiety.

Ustalanie i reklamowanie cen detalicznych w sposób odpowiedzialny

Potężna siła nabywca detalistów-gigantów, ich udziały w rynku i dominacja w wielu segmentach handlu detalicznego daje im niesprawiedliwą przewagę i pozwala manipulować cenami, na przykład poprzez sprzedawanie niektórych produktów po cenach poniżej kosztów. W połączeniu z agresywną reklamą, podkreślającą niskie ceny, powoduje to, że klienci oczekują nierealnie niskich cen. Takie praktyki zmuszają innych detalistów do cięcia cen, co napędza „wyścig na samo dno”, zarówno na rynku detalicznym, jak i na rynku dostaw. W ten sposób mogą umocnić skutki praktyk zamówień, tworząc kolejną przeszkodę dla lepszych warunków pracy.

3 Rządy

Wszystkie rządy powinny uchwalić i wprowadzić w życie ustawy gwarantujące pracownikom wszystkie należne im prawa. Regulacje te powinny uwzględnić potrzebę zajęcia się konkretnymi kwestiami związanymi z równym traktowaniem kobiet i mężczyzn.

Prawo pracy

Wszystkie rządy powinny:

1. Ratyfikować (jeśli nie ratyfikowały) wszystkie odpowiednie konwencje MOP, uchwalić ustawy niezbędne do ich wdrożenia i egzekwować ich przestrzeganie.
2. Zapewnić, by krajowe prawo pracy odpowiadało standardom uznawanym na arenie międzynarodowej. Należy położyć nacisk na stworzenie ram prawnych w kwestii praw związkowych, ustalenie płac minimalnych będących płacami wystarczającymi na utrzymanie (living wage) oraz na dopilnowanie, by nie stosowano niepewnych form zatrudnienia w celu ograniczenia ustawowych praw i świadczeń, do jakich upoważnieni są stali pracownicy.
3. Skutecznie wprowadzić w życie i egzekwować krajowe prawo pracy, między innymi poprzez przydzielanie wystarczających środków i narzędzi inspektorom pracy.
4. Propagować poszanowanie dla praw pracowników poprzez organizacje międzynarodowe, takie jak Międzynarodowa Organizacja Pracy, w tym Agenda na Rzecz Godnej Pracy (Decent Work Agenda), a także inne odpowiednie organy ONZ oraz organizacje pozarządowe.
5. Propagować rolę MOP w skuteczniejszym wprowadzaniu w życie kodeksów postępowania.
6. Uchwalić ustawy przeciwdziałające korupcji i lobbingu mogącemu prowadzić do osłabiania krajowych i międzynarodowych standardów pracy.

Umowy handlowe i inwestycyjne

Wszystkie rządy powinny zachować prawo do regulowania inwestycji, które nie przyczyniają się do realizacji celów zrównoważonego rozwoju i godnej pracy, a także wiążą się z brakiem poszanowania dla fundamentalnych praw. Odpowiedzialność spoczywa na obu stronach:

Kraje, do których napływają bezpośrednie inwestycje zagraniczne

Rządy nie powinny robić ustępstw na rzecz bezpośrednich inwestorów zagranicznych, które pozwolą im na wykorzystywanie regulacji handlowych i inwestycyjnych oraz zachęt bez pozytywnych efektów dla gospodarki kraju i warunków socjalnych, a zwłaszcza nie powinny sprzeniewierzać się przepisom istniejącego prawa pracy.

Kraje, z których pochodzą bezpośrednie inwestycje zagraniczne i detaliści-giganci

Po pierwsze, w umowach handlowych i inwestycyjnych z krajami, w których odbywa się produkcja odzieży dla inwestorów zagranicznych, powinno znaleźć się miejsce na uregulowanie przez te kraje swoich rynków pracy i inwestycji oraz egzekwowanie istniejącego prawa pracy, w sposób opisany powyżej. Po drugie, umowy te powinny zawierać mechanizmy, poprzez które wszystkie podmioty w łańcuchu dostaw – zarówno w kraju, z którego pochodzą inwestycje, jak i w kraju, do którego one napływają – mogą być pociągnięte do odpowiedzialności w swoim kraju za działania podważające poszanowanie dla uznanych międzynarodowo praw pracowników lub krajowych praw pracy w całym łańcuchu dostaw.

Odpowiedzialność detalistów

Wszystkie rządy, a także instytucje Unii Europejskiej, powinny wprowadzić ramy prawne, poprzez które można pociągnąć firmy, w tym detalistów-gigantów, do odpowiedzialności za naruszanie praw pracowników w całym łańcuchu dostaw, a także które dają pracownikom ustawowe prawo do zadośćuczynienia. Ten mechanizm prawny powinien istnieć zarówno w krajach, w których dane produkty są kupowane, jak i w kraju, gdzie firma ma swoją główną siedzibę.

Powinno to oznaczać, że:

1. odpowiedzialność rozciąga się na cały łańcuch dostaw, także eksterytorialnie i obejmując pracowników u dostawców i podwykonawców;
2. wszyscy pracownicy w łańcuchu dostaw mają ustawowe prawo do zadośćuczynienia, a rząd kraju, z którego pochodzą inwestycje zagraniczne, ma zdolność nakładania sankcji za naruszanie praw pracowników mające miejsce w dowolnym miejscu łańcucha dostaw detalistów-gigantów (bez uszczerbku dla zdolności krajów, w których inwestycje zagraniczne są lokowane, do nakładania sankcji za naruszenia mające miejsce na ich ziemi);
3. siły rynkowe nie spychają warunków pracy poniżej uznanych międzynarodowo standardów;

4. takie firmy nie wykorzystują swojej siły nabywczej aż do takiego stopnia, by oznaczało to nieprzestrzeganie praw pracowników.

Rządy powinny ocenić, czy istniejące regulacje, takie jak prawo konkurencyjne i kontraktowe, można zastosować, wzmocnić i zaadaptować, żeby zapewnić spełnienie powyższych warunków. Tam, gdzie istniejące mechanizmy okazały się niewystarczające, należy stworzyć nowe regulacje i skutecznie wprowadzić je w życie.

Wady kodeksów postępowania detalistów-gigantów

Standard	Jo-In [dla celów porównawczych; obecnie najlepsze standardy w sektorze]	Tesco/Asda (ETI)	Walmart	Carrefour	Lidl/Aldi (BSCI)
Czas pracy	<p>Firma zobowiązuje się przestrzegać odpowiednich praw i standardów branżowych w zakresie czasu pracy, stosując się do tych, które oferują większą ochronę pracowników.</p> <p>Normalny tydzień pracy ma być zgodny z przepisami prawa, ale nie może przekraczać 48 godzin.</p> <p>Pracownikom należy zapewnić co najmniej jedną dzień wolny po sześciu kolejnych dniach pracy, a także coroczny urlop i wolne w dni ustawowo wolne od pracy.</p> <p>Praca w nadgodzinach jest dozwolona, nie może być regularnie wymagana, musi być wynagradzana co najmniej po takiej wyższej stawce, jakiej wymaga prawo i pod żadnym względem nie może przekraczać 12 godzin na pracownika tygodniowo.</p> <p>W krajach, w których nie ma przepisów prawnych określających wyższą stawkę za nadgodziny, pracownicy będą otrzymywać wynagrodzenie za nadgodziny w wysokości co najmniej półtorojej normalnej stawki godzinowej.</p>	<p>Czas pracy jest zgodny z przepisami prawa krajowego i standardami branżowymi; stosuje się te wytyczne, które oferują większą ochronę pracowników.</p> <p>W żadnym razie nie można od pracowników regularnie wymagać pracy ponad 48 godzin tygodniowo; należy zapewnić im co najmniej jeden dzień wolny średnio na każdy okres 7 dni pracy.</p> <p>Praca w nadgodzinach ma być dozwolona i nie przekraczać 12 godzin tygodniowo; nie można jej regularnie wymagać od pracowników i zawsze należy wynagradzać ją po wyższych stawkach.</p>	<p>Dostawcy są zobowiązani do ustalenia rozsądnych godzin pracy, zgodnie z lokalnymi standardami i odpowiednimi przepisami prawnymi w jurysdykcjach, w których prowadzą działalność biznesową.</p> <p>Pracownicy dostawców nie mogą pracować więcej niż 72 godziny przez 6 dni ani więcej niż maksymalnie 14 godzin w ciągu nieprzerwanego okresu 24 godzin.</p> <p>Fabryki dostawców powinny dążyć do 60-godzinowego tygodnia pracy. Walmart nie będzie współpracować z dostawcami, którzy regularnie wymagają od pracowników czasu pracy przekraczającego ustawowe wymogi bez odpowiedniego wynagrodzenia, wymaganego odpowiednimi przepisami prawa. Pracownikom należy przyznać dni wolne (co najmniej jeden dzień na każdy okres 7-dniowy) oraz urlopy.</p>	<p>Zagwarantować odpowiednie warunki pracy, zwłaszcza w zakresie długości trwania czasu pracy, umożliwiające zapewnienie pracownikom zdrowia, bezpieczeństwa i pracy w zgodzie ze standardami etycznymi.</p>	<p>Dostawca jest zobowiązany przestrzegać odpowiednich przepisów prawa krajowego oraz standardów branżowych w zakresie czasu pracy. Maksymalna dopuszczalna liczba godzin pracy w tygodniu jest określona przez prawo krajowe, ale nie może regularnie przekraczać 48 godzin, zaś maksymalna dopuszczalna liczba nadgodzin w ciągu tygodnia nie może przekraczać 12 godzin.</p> <p>Praca w nadgodzinach ma być wyłącznie dozwolona i wynagradzana po wyższych stawkach. Pracownik jest uprawniony do wolnego po sześciu kolejnych przepracowanych dniach.</p>

Standard	Jo-In (dla celów porównawczych; obecnie najlepsze standardy w sektorze)	Tesco/Asda (ETI)	Walmart	Carrefour	Lidl/Aldi (BSC)
<p>Plac</p> <p>Pracownicy mają prawo do płacy wystarczającej na utrzymanie (living wage). Płace i świadczenia za standardowy tydzień pracy zawsze muszą być zgodne ze wszystkimi mającymi zastosowanie przepisami prawnymi, regulacjami i minimalnymi standardami branżowymi, i muszą wystarczać na zaspokojenie podstawowych potrzeb pracowników i ich rodzin, a także pozostawiać pewien dochód rozporządzalny.</p> <p>Poziom płac i świadczeń będzie regularnie kontrolowany. Respektowane będzie prawo do układow zbiorowych.</p> <p>Nie można dokonywać potrąceń z płac z powodów dyscyplinarnych, ani żadnych innych potrąceń, nie zapisanych w prawie krajowym, bez wyraźnej pisemnej zgody zainteresowanego pracownika.</p> <p>Wszystkim pracownikom należy przedstawić pisemnie i zrozumiale informacje o ich warunkach zatrudnienia, w tym o placach i świadczeniach, zanim zostaną zatrudnieni. Pracownikom należy także przedstawić szczegółowe informacje dotyczące ich plac za dany okres przy każdym wyplacaniu wynagrodzenia.</p> <p>Wynagrodzenie należy wyplacać albo w gotówce, albo czekiem, tak jak jest wygodniej pracownikom.</p> <p>Płace i inne świadczenia należy wyplacać regularnie i terminową.</p>	<p>Place i świadczenia za standardowy tydzień pracy muszą spełniać minimum krajowe standardy prawne lub standardy branżowe; należy wybrać te, które są wyższe. Płace zawsze powinny wystarczać na zaspokojenie podstawowych potrzeb i pozostawiać pewien dochód rozporządzalny.</p> <p>Wszystkim pracownikom należy przedstawić pisemnie i zrozumiale informacje o ich warunkach zatrudnienia w zakresie plac, zanim zostaną zatrudnieni, oraz szczegółowe informacje dotyczące ich plac za dany okres przy każdym wyplacaniu wynagrodzenia.</p> <p>Nie można dokonywać potrąceń z płac z powodów dyscyplinarnych, ani żadnych innych potrąceń, nie zapisanych w prawie krajowym, bez wyraźnej zgody zainteresowanego pracownika. Wszystkie środki dyscyplinarne należy zarejestrować.</p>	<p>Dostawcy są zobowiązani do godziwego wynagrodzenia pracowników poprzez zapewnienie im plac i świadczeń zgodnych z lokalnymi i krajowymi przepisami prawnymi i regulacjami jurysdykcji, w których dostawcy prowadzą działalność biznesową, lub zgodnych z dominującymi standardami lokalnymi w tych krajach, jeśli te lokalne standardy są wyższe.</p>	<p>Zagwarantować pracownikom wynagrodzenie, które zaspokaja fundamentalne potrzeby ich oraz członków ich rodzin, będących na ich bezpośrednio utrzymaniu, takie jak wyżywienie, mieszkanie. To wynagrodzenie musi co najmniej odpowiadać placom minimalnym ustalonym w ustawodawstwie danego kraju.</p>	<p>Wynagrodzenie wyplacane za normalny czas pracy, nadgodziny i wyrównanie za nadgodziny powinno być równe lub wyższe od ustawowej płacy minimalnej i/lub standardów branżowych. Nie wolno dokonywać nielegalnych, nieuprawnionych lub dyscyplinarnych potrąceń z wynagrodzeń.</p> <p>Jeśli ustawowe minimum i/lub standardy branżowe nie starczą na pokrycie wydatków i zapewnienie pewnego dochodu rozporządzalnego, zachęca się firmy dostawców do zapewnienia pracownikom adekwatnego wynagrodzenia, pozwalającego na zaspokojenie potrzeb.</p>	<p>Zabronione są potrącenia z pensji z powodów dyscyplinarnych. Dostawcy muszą zapewnić, by pracownikom regularnie i dokładnie wyjaśniono elementy składowe plac i świadczeń; firma dostawcy ma także obowiązek zapewnić, by płace i świadczenia wyplacano w pełnej zgodności z odpowiednimi przepisami prawnymi oraz by wynagrodzenie wyplacano w formie wygodnej dla pracowników.</p>

Standard	Jo-In (dla celów porównawczych; obecnie najlepsze standardy w sektorze)	Tesco/Asda (ETI)	Walmart	Carrefour	Lidl/Aldi (BSCI)
<p>Prawa związkowe</p>	<p>Należy uznać i respektować prawo wszystkich pracowników do tworzenia i wstępowania do dowolnie wybranych związków zawodowych oraz do układów zbiorowych.</p> <p>Firma musi uznać związek lub związki wybrane przez pracowników. Firma powinna przyjąć politykę postawę wobec działalności związków zawodowych oraz otwarte nastawienie wobec organizacyjnych działań pracowników.</p> <p>Żadnego pracownika ani potencjalnego pracownika nie można napastować, zastraszania ani działaniom odwetowym z powodu członkostwa w związku lub udziału w działaniach związkowych.</p> <p>Firma musi zapewnić przedstawicielom pracowników wolny dostęp do wszystkich miejsc pracy w celu realizowania ich funkcji reprezentacyjnych i nie może bez uzasadnienia ograniczać organizatorom związkowym dostępu do pracowników.</p>	<p>Wszyscy pracownicy, bez wyjątku mają prawo do stworzenia lub wstąpienia do dowolnie wybranego związku zawodowego i do układów zbiorowych.</p> <p>Pracodawca przyjmuje postawę otwartą wobec działalności związków zawodowych oraz ich działań organizacyjnych.</p> <p>Przedstawiciele pracowników nie są dyskryminowani i mają możliwość prowadzenia swoich funkcji reprezentacyjnych w miejscu pracy.</p> <p>Kiedy prawo do wolności zrzeszania się i układów zbiorowych ograniczają obowiązujące przepisy prawne, dostawca ułatwia, a nie hamuje, tworzenie równoległych metod niezależnego i swobodnego zrzeszania się i prowadzenia negocjacji.</p>	<p>Dostawcy mają obowiązek szanować prawa pracowników w zakresie ich decyzji, czy związać się z jakąś grupą, czy nie, o ile takie grupy są legalne w danym kraju.</p> <p>Dostawcy nie mogą ingerować w takie legalne działania, przeszkadzać w nich ani ich uniemożliwiać.</p>	<p>Zapewnić pracownikom prawo swobodnego organizowania się w związki zawodowe i bycia reprezentowanymi przez wybrane przez nich organizacje, aby móc prowadzić negocjacje w sprawie układów zbiorowych.</p>	<p>Należy respektować prawo wszystkich pracowników do tworzenia i wstępowania do dowolnie wybranych związków zawodowych oraz do układów zbiorowych. W krajach, w których prawo do wolności zrzeszania się i układów zbiorowych ograniczają przepisy prawne, należy wszystkim pracownikom ułatwić stworzenie równoległych metod niezależnego i swobodnego organizowania się i prowadzenia negocjacji. Należy zapewnić, by przedstawiciele pracowników mieli dostęp do członków związku w miejscu pracy.</p>

- 1** Wszystkie kwoty pieniężne zamieszczone w tym raporcie podajemy w euro. Do przeliczania kwot z euro na inne waluty używano kursów podanych na stronie internetowej Go Currency.com:
<http://www.gocurrency.com/v2/historic-exchangerates.php?ccode2=EUR&ccode=USD&frMonth=11&frDay=17&frYear=2008>.
Do przeliczeń dolar-euro w okresie 2003-2007, używano danych z CIA World Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/fields/2076.html>.
- 2** Baharat Book Bureau. 2007. Opportunities in Brazil Retail Sector (2007-2011):
<http://www.bharatbook.com/detail.asp?id=53013> (6 grudnia 2008)
- 3** Reardon T. & A. Gulati. 2008. The Supermarket Revolution in Developing Countries. International Food Policy Research Institute. [Online]: <http://www.ifpri.org/pubs/bp/bp002.asp#read> (6 grudnia 2008)
- 4** Gale, F. & T. Reardon. 2005. China's supermarkets present export opportunity. Asia Times Online, [Online] 24 czerwca:
<http://www.atimes.com/atimes/China/GF24Ad02.html> (6 grudnia 2008)
- 5** Research and Markets. 2008. China: Supermarkets and Hypermarkets Development in China.[Online]:
<http://www.researchandmarkets.com/reports/601190> (6 grudnia 2008)
- 6** Jedne z amerykańskich badań pokazały, że kobiety wybierające się same na zakupy spożywcze to 60% klientów amerykańskich sklepów, podczas gdy 18% klientów to mężczyźni, którzy sami robią zakupy a 22% to pary. Ryan, T. Targeting Male Grocery Shoppers. RetailWire. [Online]:
http://www.retailwire.com/Discussions/Sngl_Discussion.cfm/12220 (6 grudnia 2008)
- 7** Mamou, Y. 2008. Wal-Mart ignore la crise, et compte même en-tirer profit. Le Monde. [Online] 25 listopada:
http://www.lemonde.fr/la-crise-financiere/article/2008/11/25/wal-mart-ignore-la-crise-et-compte-meme-en-tirerprofit_1122864_1101386.html (6 grudnia 2008)
- 8** Carrefour Group. 2006. Carrefour Group and Sustainable Development: Our responses to 6 major issues. [Online]:
www.carrefour.com/docroot/groupe/C4com/Commerce%20responsable/Publications/CarrefourLeaflet2006GB.pdf (6 grudnia 2008)
- 9** Wallop, H. 2007. 1 na 7 euro jest wydawane w Tesco. Telegraph. [Online] 16 kwietnia:
<http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1548742/andpound1-in-every-seven-now-spent-in-Tesco.html> (6 grudnia 2008)
- 10** Leahy, T. 2008. Tesco chief: 'We must go green'. The Guardian.[Online] 3 września:
<http://www.guardian.co.uk/environment/2008/sep/03/corporatesocialresponsibility.carbonfootprints> (6 grudnia 2008)
- 11** Rigby, E. & J. O'Doherty. 2008. Discounters lure UK shoppers. Financial Times. [Online] 10 października:
<http://www.ft.com/cms/s/0/415cf902-9623-11dd-9dce-000077b07658.html> (6 grudnia 2008)
- 12** Aldi. 2008. Company Fact Sheet. [Online]:
http://aldi.us/us/html/company/5565_ENU_HTML.htm (6 grudnia 2008)
- 13** Baza danych Euromonitor Global Market information,
<http://www.euromonitor.com/gmid/> (6 grudnia 2008)
- 14** Wick, I. 2007. Aldi 's Clothing Bargains – Discount buys discounting standards? SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene. [Online]:
www.suedwind-institut.de/downloads/ALDI-publ_engl_2007-08.pdf (6 grudnia 2008)
- 15** Walmart. 2006. Message from Lee Scott. [Online]:
http://Walmartfacts.com/reports/2006/ethical_standards/letter.html (6 grudnia 2008)
- 16** Na podstawie: Hird, V. & H. Burley. 2005. The Tesco Takeover. Friends of the Earth. [Online]:
http://www.foe.co.uk/resource/marketing_material/tesco_takeover_leaflet.pdf (6 grudnia 2008)
- 17** Przed publikacją raport został wysłany do wszystkich omawianych w nim firm: Aldi, Carrefour, Lidl, Tesco, and Walmart, dzięki czemu miały one możliwość zgłoszenia zastrzeżeń i poprawek.
- 18** Udziały w rynku: M&S 9.1%, Asda 9.4%, Tesco 6.5%, Sainsbury's 2% (estimates). Na podstawie: Thornton, P. 2004. By George, M&S loses its clothing sales crown to Asda. The Independent, [Online] 23 sierpnia:
<http://www.independent.co.uk/news/business/news/by-george-mamps-loses-its-clothing-sales-crown-toasda-557524.html> (6 grudnia 2008)

- 19 Wick, I. 2007. op.cit.
- 20 Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. Profil Carrefour. Campagne Vêtements Propres.
- 21 Źródłem wszystkich danych liczbowych są Roczne Deklaracje Dochodów (Annual Income Statement) dostępne na stronach internetowych firm, na dzień 6 grudnia, z wyjątkiem firm Aldi i Lidl, których dane podawane są na podstawie: Top 150 Händler Welt 2007. Lebensmittel Zeitung. 2008. [Online]: <http://www.lz-net.de/rankings/handelwelt/pages/show.pr?id=272> (6 grudnia 2008)
- 22 Jak wyżej, dane podane na podstawie: The World Factbook. Central Intelligence Agency. [Online]: <https://www.cia.gov/library/publications/the-worldfactbook/fields/2195.html> (6 grudnia 2008)
- 23 Kuipers, P. 2004. Lidl: Darwinian Discount. Elsevier Food International. [Online]. 7 (1): <http://www.foodinternational.net/articles/retailprofile/72/lidl-darwinian-discount.html> (Reed Business) (6 grudnia 2008)
- 24 Rankine, K. 2003. Piggybacking the elephant in 6 euro jeans. The Telegraph, [Online]. 14 stycznia: <http://www.telegraph.co.uk/finance/2839535/Piggybacking-the-elephant-in-andpound6-jeans.html> (6 grudnia 2008)
- 25 Asda. 2008. Value Jean. [Online]: <http://direct.asda.com/Value-Jean/GEM2633,default,pd.html> (6 grudnia 2008)
- 26 Vorley, B (2007). Na podstawie: Alam, K. et al. 2008. Who pays for our clothing from Lidl and Kik? Clean Clothes Campaign. [Online]: http://www.sauberekleidung.de/downloads/publikationen/2008-01_Brosch-Lidl-KiK_en.pdf (6 grudnia 2008)
- 27 31.5%, Nesbitt, L. 2008. Discounters Aldi, Lidl Gain UK Grocery Market Share (Update1). Bloomberg, [Online] 16 września: <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=20601102&sid=aGsq4JcETKfo&refer=uk> (6 grudnia 2008)
- 28 Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. op.cit.
- 29 Bianco, A. & W. Zellner. 2003. Is Wal-Mart too powerful? Business Week, [Online] 6 października: http://www.businessweek.com/magazine/content/03_40/b3852001_mz001.htm (6 grudnia 2008)
- 30 Wick, I. 2007. op.cit.
- 31 Bianco, A. & W. Zellner. 2003. op.cit.
- 32 http://www.marketresearchworld.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=607 (6 grudnia 2008)
- 33 Patrz, na przykład: Dickinson, M. 2008. Tesco buys S. Korea hypermarkets in £958m deal. The Independent, [Online] 14 maja: <http://www.independent.co.uk/news/business/news/tesco-buys-s-korea-hypermarkets-in-pound958mdeal-827849.html>
- 34 Lin, J. 2005. Carrefour-Tesco deal moves forward. Taipei Times, [Online] 21 listopada: <http://www.taipetimes.com/News/biz/archives/2005/11/21/2003281133> (6 grudnia 2008)
- 35 9 miliardów dolarów: Chaney, J. 2008. Wal-Mart upbeat on Asia drive amid US Woes. Reuters, [Online] 3 września: <http://www.reuters.com/article/reutersEdge/idUSPAT33296420080903> 3 miliardy dolarów: Jianguo, J. & S. Shen. 2007. Sales soar for Wal-Mart and Carrefour in China. International Herald Tribune, [Online] 27 marca: <http://www.iht.com/articles/2007/03/27/bloomberg/sxchisales.php> (6 grudnia 2008)
- 36 Chandler, C. 2005. The great Wal-Mart of China. Fortune, [Online] 25 lipca: http://money.cnn.com/magazines/fortune/fortune_archive/2005/07/25/8266651/index.htm (6 grudnia 2008)
- 37 Na podstawie: <http://www.tescopoly.org> (6 grudnia 2008)
- 38 UNI Commerce. 2007. Unions Accuse Lidl of Serious Rights Violations in Several European Countries. [Online]: http://www.union-network.org/UNISITE/Sectors/Commerce/Multinationals/Lidl_unions_in_Europe_accuse_of_rights_violations.htm
- 39 Friends of the Earth. 2006. Paying for Tesco's Profits. Materiały prasowe. [Online]: http://www.foe.co.uk/resource/press_releases/paying_for_tescos_profits_24042006.html
Friends of the Earth. 2006. Tesco the new green chameleon. [Online]: http://foe.co.uk/resource/press_releases/tesco_the_new_green_chamel_25042006.html (6 grudnia 2008)
- 40 Carrell, S. 2003. Tesco admits selling banned hardwoods. The Independent, [Online] 13 lipca: <http://www.independent.co.uk/environment/tescoadmits-selling-banned-hardwoods-586670.html> (6 grudnia 2008)
- 41 Mitchell, S. Keep Your Eyes on the Size: The impossibility of a green Wal-Mart. [Online]: <http://www.grist.org/comments/soapbox/2007/03/28/mitchell/> (6 grudnia 2008)
- 42 Friends of the Earth. 2007. Farmers speak out over the impact of low milk prices. [Online]: http://www.tescopoly.org/images/stories/farmers_speak_out_over_the0.pdf (6 grudnia 2008)

- 43 Ball, J. 2008. Retailers profit while growers are crucified. The Grocer. [Online] 3 listopada:
<http://www.thegrocer.co.uk/articles.aspx?page=articles&ID=194689> (6 grudnia 2008)
- 44 Patrz, na przykład: Yates, L. 2008. Cut-price, What Cost? How supermarkets can affect your chances of a healthy diet. [Online] National Consumer Council:
http://www.sustainweb.org/pdf/NCC217rr_cutprice_what_cost.pdf (6 grudnia 2008)
- 45 Walmart Watch. Low prices at a high cost: who really pays for Wal-Mart workers' health care? [Online]:
<http://Walmartwatch.com/pages/healthcare> (6 grudnia 2008)
- 46 Na podstawie: Friends of the Earth. 2003. Tesco: Exposed. Materiały prasowe. [Online]:
http://www.foe.co.uk/resource/briefings/tesco_exposed.pdf (6 grudnia 2008)
- 47 Thomson StreetEvents. 2008. WMT - Q2 2009 Wal-Mart Stores Inc. Pre-Recorded Earnings Conference Call. Strona 4. [Online]:
<http://www.Walmartstores.com/download/3083.pdf> (6 grudnia 2008)
- 48 Claeson, B. 2008. Sweatshop Solutions? Economic Ground Zero in Bangladesh and Wal-Mart's Responsibility. SweatFree Communities. [Online]:
http://www.sweatfree.org/docs/SFC_Sweatshop-Solutions_loRes.pdf (6 grudnia 2008)
- 49 Carrefour. 2007. Carrefour group building responsible relationships.2007 Sustainability Report. [Online]:
<http://www.carrefour.com/docroot/groupe/C4com/Commerce%20responsable/Publications/RDD%202007%20GB.pdf> (6 grudnia 2008)
- 50 Joint Initiative on Corporate Accountability and Workers' Rights. 2006. Jo-In Draft Common Code 5.05. [Online]:<http://www.jo-in.org/pub/docs/Jo-In%20Draft%20Common%20Code%205.05.pdf> (6 grudnia 2008)
- 51 Barrientos, S & S. Smith. 2006. The ETI Code of Labour Practice: Do workers really benefit? Brighton: Institute of Development Studies
- 52 Social Accountability International. Supporting Level. [Online]:
<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pagelD=558&parentID=747&grandparentID=4&nodeID=1> (6 grudnia 2008)
- 53 Carrefour. 2005. Suppliers' Charter. [Online]:
http://www.carrefour.com/docroot/groupe/C4com/Pieces_jointes/Carrefour%20Supplier%20Charter%20EN.pdf (6 grudnia 2008)
- WalMart. Standards for Suppliers. [Online]:
<http://Walmartstores.com/download/2727.pdf> (6 grudnia 2008)
- 54 CIES. About GSCP. [Online]:
<http://www.ciesnet.com/2-wwedo/2.2-programmes/2.2.gscp.background.asp> (6 grudnia 2008)
- 55 Sedex. The Supplier Ethical Data Exchange. [Online]:
<https://www.sedex.org.uk/bc/cm/site.php?root=19922> (6 grudnia 2008)
- 56 Alam, K. i in. op.cit.
- 57 Wick, I. op.cit.
- 58 SACOM. 2007. The Story of Toys Made in China for Wal-Mart. [Online]: http://sacom.hk/wp-content/uploads/2008/07/Walmart_reportsacomjun2007.pdf (6 grudnia 2008)
- 59 Hearson, M. & K. Alam. 2006. Fashion Victims:The true cost of cheap clothes at Primark, Asda and Tesco.War on Want. [Online]:
<http://www.waronwant.org/download.php?id=496> (6 grudnia 2008)
- 60 Birchall, J. 2005. Wal-Mart faces sweat-shop lawsuit. Financial Times, [Online] 14 września Artykuł dostępny na stronie internetowej:.
<http://www.ft.com/cms/s/0/35006716-24bb-11daa5d0-00000e2511c8.html> (6 grudnia 2008)
- 61 Crabbé, C. & N. Leroy. 2007. op.cit.
- 62 Pruet, D. 2005. Looking for a Quick Fix: How weak social auditing is keeping workers in sweatshops. [Online] Clean Clothes Campaign. Źródło dostępne na stronie internetowej: http://www.cleanclothes.org/ftp/05-quick_fix.pdf (6 grudnia 2008)
- 63 Los Angeles Times. The Wal-Mart Effect. [Online] Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://www.latimes.com/business/la-Walmartsg,1,1534896-storygallery> (6 grudnia 2008)
- 64 BSCI homepage. [Online]:
<http://www.bsci-eu.com/> (6 grudnia 2008)
- 65 BSCI. 2006. BSCI Code of Conduct. [Online]:
<http://www.bsci-eu.com/dl.php?id=10132> (6 grudnia 2008)
- 66 UNI Commerce. 2006. UNI Commerce Global Union forms aTesco Alliance. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
http://www.union-network.org/UNISite/Sectors/Commerce/Multinationals/Tesco_UNI_Commerce_Alliance.htm (6 grudnia 2008)
- 67 Birchall, J. 2006. Tesco job ads follow non-union line. Financial Times, [Online] 26 maja. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
http://us.ft.com/ftgateway/superpage.ft?news_id=fto052620061752280764 (6 grudnia 2008)

- 68** Teather, D. 2008. American unions bring Tesco fight to UK. The Guardian, [Online] 5 czerwca. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://www.guardian.co.uk/business/2008/jun/05/tesco.supermarkets>
- 69** Alam, K. i in. 2008. op.cit.
- 70** Hamaan, A. 2006. The Black Book on Lidl in Europe. Berlin: ver.di.
- 71** Markin, N. 2004. Corporate Scumbag: Aldi's anti-union empire. Green Left Weekly. [Online] 2 czerwca. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://www.greenleft.org.au/2004/584/32414> (6 grudnia 2008)
- 72** Wypowiedź rzeczniczki prasowej Walmartu Jessici Moser, na podstawie: Olson, K. 2002. Always a Rat Race, Never a Union. Texas Observer. [Online] 15 lutego. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://www.highbeam.com/doc/1P3-506710441.html>
- 73** Pier, C. 2007. Discounting Rights: Wal-Mart's Violation of US Workers' Right to Freedom of Association. Human Rights Watch. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
<http://www.hrw.org/english/docs/2007/05/01/usdom15797.htm> (6 grudnia 2008)
- 74** Ibid.
- 75** Ibid.
- 76** CBC News. 2008. Wal-Mart closes shop where union contract imposed. [Online]. 16 października. Źródło dostępne na stronie internetowej:
<http://www.cbc.ca/canada/ottawa/story/2008/10/16/Walmart-garage.html> (6 grudnia 2008)
- 77** BBC News Online. 2006. Asda faces £ 850,000 tribunal cost. [Online] 10 lutego. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/wear/4702236.stm> (6 grudnia 2008)
- 78** US\$ 2 billion. Greenhouse, S. 2008. Wal-Mart Faces Fine in Minnesota Suit Involving Work Breaks. New York Times, [Online] 2 lipca. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://www.nytimes.com/2008/07/02/business/02Walmart.html> (6 grudnia 2008)
- 79** Wal-Mart class website. 2008. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
<http://www.Walmartclass.com> (6 grudnia 2008)
- 80** Geraud, A. 2008. Amendes records pour Carrefour, d'autres enseignes sont sur le gril. Liberation. [Online] 28 października. Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://libelion.blogs.liberation.fr/info/2008/10/amendesrecord.html> (6 grudnia 2008)
- 81** <http://www.rtbf.be/info/societe/entreprises/carrefour-lesdelegues-cne-56782>
- 82** US\$ 7.75 billion. Senthilkumar, M. & S. Sivakumar. 2006. Indian textile industry in 2006: An overview. The Indian Textile Journal. [Online] Artykuł dostępny na stronie internetowej:
<http://www.indiantextilejournal.com/articles/FAdetails.asp?id=692> (6 grudnia 2008)
- 83** Ibid.
- 84** Apparel Exporters Association (AEA) of Sri Lanka. Apparel Industry. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
http://www.garments.lk/apparel_industry.htm (6 grudnia 2008)
- 85** US\$3.1billion. Board of Investment of Sri Lanka. Textile and Apparels. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
http://www.boi.lk/BOI2008/ls_textile_apparel.asp (6 grudnia 2008)
- 86** Board of Investment of Thailand. 2003. Speech on Fashion Industry in Thailand. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
www.boi.go.th/english/download/business_sectors/4/November_Fashion_speech_2003.pdf (6 grudnia 2008)
- 87** US\$7 billion. Thailand Textile Institute. 2008. Thai Textile and Clothing Statistics. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
<http://www.thaitextile.org/nstastic/Thai%20Textile%20Stat.%20Jan%2008.xls> (6 grudnia 2008)
- 88** Data from European Commission Market Access Database. Źródło dostępne na stronie internetowej:
<http://mkacddb.eu.int/mkacddb2/indexPubli.htm> (6 grudnia 2008)
- 89** Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA). 2008. RMG export statistics. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
http://bgmea.com.bd/index.php?option=com_content&task=view&id=56&Itemid=175 (6 grudnia 2008)
- 90** Aby dowiedzieć się więcej o dyskusji o różnych metodach obliczania płacy, zob.: Setrini, G. 2005. Wages in the Apparel Industry: What constitutes a decent standard? Background paper for the Jo-In/MIT meeting on "Exploring common approaches to Corporate Accountability and Workers' Rights" [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej:
http://www.cleanclothes.org/ftp/05-07-mit_living_wages.pdf (6 grudnia 2008)
- 91** Ethical Trading Initiative. The Base Code. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej: http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/base/code_en.shtml (6 grudnia 2008)

- 92** Hearson, M. & A. Morser. 2007. Let's Clean Up Fashion:2007 Update. [Online] Labour Behind the Label/War on Want. Źródło dostępne na stronie internetowej: <http://www.labourbehindthelabel.org/resources/reports/20/190-lcuf2007> (6 grudnia 2008)
- 93** Badania wewnętrzne, dane znajdują się w dokumentacji z badań CCC.
- 94** Labour Behind the Label. 2006. Bangladesh Wage Board Announces New Minimum Wage. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej: <http://www.labourbehindthelabel.org/campaigns/urgent/archive/41-bangladesh/144> (6 grudnia 2008)
- 95** Daily Star. 2008. Settle RMG wage-hike issue, govt asks trade bodies. [Online] 9 września. Źródło dostępne na stronie internetowej: <http://www.thedailystar.net/story.php?nid=55321> (6 grudnia 2008)
- 96** The Financial Express. 2008. Tk 4500 sought as minimum wage for garment workers. [Online] 1 września. Źródło dostępne na stronie internetowej: http://www.thefinancialexpress-bd.info/search_index.php?page=detail_news&news_id=44250 (6 grudnia 2008)
- 97** Wszystkie dane pochodzą z: Paycheck.in. 2008. Minimum Wages in India. [Online] Źródło dostępne na stronie internetowej: <http://www.paycheck.in/main/officialminimumwages> (6 grudnia 2008)
- 98** Badanie przeprowadzone przez GATWU, dane znajdują się w dokumentacji z badań CCC, 16 sierpnia 2008, s. 3.
- 99** Board of Investment of Thailand. 2008. Cost of doing business in Thailand. [Online]. Źródło dostępne na stronie internetowej: <http://www.boi.go.th/english/how/demographic.asp> (6 grudnia 2008)
- 100** Yimprasaert. J.L. 2006. The Life of Football Factory Workers in Thailand. [Online] Thai Labour Campaign. Źródło dostępne na stronie internetowej: http://www.cleanclothes.org/ftp/Life_football_workers_of_thailand.pdf (6 grudnia 2008)
- 101** Samaraweera, D. 2008. Rs 30 million campaign for garment workers. The Sunday Times Online. [Online] 9 marca. Artykuł dostępny na stronie internetowej: <http://sundaytimes.lk/080309/FinancialTimes/ft339.html> (6 grudnia 2008)
- 102** Samaraweera, D. 2007. Garment workers in 'Living Wage' campaign to raise wages. The Sunday Times Online. [Online] 23 września. Artykuł dostępny na stronie internetowej: <http://sundaytimes.lk/070923/FinancialTimes/ft328.html> (6 grudnia 2008)
- 103** Raport z badań terenowych CCC, Sri Lanka, sierpień 2008, s. 21.
- 104** Centre for policy dialogue. 2003, <http://www.cpd-bangladesh.org/publications/dr/DR-54.pdf>
- 105** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 16.
- 106** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 39, 51.
- 107** ibid., Seven out of ten had workers earning a basic wage of Tk 1662
- 108** ibid., s. 46.
- 109** ibid., s. 37.
- 110** ibid., s. 37.
- 111** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 34.
- 112** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 56.
- 113** Raport z badań terenowych CCC, Sri Lanka, sierpień 2008, s. 21.
- 114** ibid., s. 41.
- 115** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s.13-16, 23-25.
- 116** ibid., s. 16.
- 117** ibid., s. 14, 24.
- 118** ibid., s. 20.
- 119** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 52.
- 120** ibid., s. 52.
- 121** ibid., s. 75.
- 122** ibid., s. 74.
- 123** ibid., s. 20.
- 124** ibid., s. 52.
- 125** ibid., s. 54.
- 126** ibid., s. 53.
- 127** ibid., s. 57.
- 128** ibid., s. 58.

- 129** Raport z badań terenowych CCC, Sri Lanka, sierpień 2008, s. 22.
- 130** *ibid.*, s. 42.
- 131** Międzynarodowa Konfederacja Związków Zawodowych (ITUC), 2007. Annual Survey of Violations of Trade Union Rights. [On-line] Raport dostępny na stronie internetowej: <http://survey07.ituc-csi.org/getcontinent.php?IDContinent=0&IDLang=EN> (6 grudnia 2008).
- 132** *ibid.*
- 133** *ibid.*
- 134** *ibid.*
- 135** *ibid.*
- 136** *ibid.*
- 137** *ibid.*
- 138** *ibid.*
- 139** *ibid.*
- 140** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 78.
- 141** *ibid.*, s. 65.
- 142** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 49.
- 143** *ibid.*, s. 49.
- 144** *ibid.*, s. 36.
- 145** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 64.
- 146** *ibid.*, s. 39.
- 147** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 32.
- 148** *ibid.*, s. 32.
- 149** *ibid.*, s. 40-32.
- 150** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 39.
- 151** K. Alam i in., *op. cit.*
- 152** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 61.
- 153** *ibid.*, s. 25.
- 154** Raport z badań terenowych CCC, Sri Lanka, sierpień 2008, s. 13, 18.
- 155** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 62.
- 156** Raport z badań terenowych CCC, Tajlandia, lipiec 2008.
- 157** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 75.
- 158** *ibid.*, s. 58.
- 159** *ibid.*, s. 58.
- 160** *ibid.*, s. 74-75.
- 161** *ibid.*, s. 76.
- 162** *ibid.*
- 163** *ibid.*, s. 40.
- 164** Kodeks ETI można znaleźć na stronie: http://www.ethicaltrade.org/Z/lib/base/code_en.shtml
- 165** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008.
- 166** *ibid.*, s. 63.
- 167** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 11.
- 168** Carrefour Group, The Group and its Suppliers. [On-line] Raport dostępny na stronie: <http://www.carrefour.com/cdc/responsible-commerce/our-social-and-ethical-approach/the-group-and-its-suppliers/> (6 grudnia 2008).
- 169** C. Crabbé i N. Leroy, 2007. *op. cit.*
- 170** Walmart Stores, Inc., 2006, Report on Ethical Sourcing. [On-line] Raport dostępny na stronie: http://Walmartfacts.com/reports/2006/ethical_standards/documents/2006ReportonEthicalSourcing.pdf
- 171** *ibid.*
- 172** CCC omawia znaczenie określenia „rygorystycznie i efektywnie” w innym miejscu. Zob. D. Pruett, 2005. *op. cit.*
- 173** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 63.
- 174** *ibid.*, s. 63.
- 175** *ibid.*, s. 31.
- 176** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 40.
- 177** C. Crabbé i N. Leroy, 2007. *op. cit.*
- 178** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 72.

- 179** I. Wick, 2007. op. cit.
- 180** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 72.
- 181** ibid. s. 73.
- 182** W innym raporcie czytamy: „(...) niektórzy producenci mający słabe standardy pracy woleli kontaktować się z pośrednikami niż bezpośrednio z regionalnymi biurami zaopatrzenia detalistów lub markowych firm, bo niektórzy pośrednicy są znani z tego, że mniej surowo traktują przestrzeganie tych standardów”; Impact and Traidcraft Exchange, 2008, Material Concerns: How responsible sourcing can deliver the foods for business and workers in the garment industry. [online] Raport dostępny na stronie: <http://www.impacttlimited.com/wp-content/uploads/2008/10/garment-report.pdf> (6 grudnia 2008).
- 183** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 11.
- 184** ibid., s. 11.
- 185** ibid., s. 27.
- 186** Np. warsztaty „Podstawy oprogramowania Retail Link®” prowadzone przez Delta Associated Inc.
- 187** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 71.
- 188** ibid. s. 73.
- 189** ibid. s. 14.
- 190** ibid. s. 77.
- 191** ibid. s. 24.
- 192** ibid. s. 25.
- 193** ibid. s. 15.
- 194** ibid. s. 12.
- 195** ibid. s. 13.
- 196** ibid. s. 56.
- 197** ibid. s. 14.
- 198** ibid. s. 51.
- 199** ibid. s. 51-52.
- 200** Competition Commission, 2000, Supermarkets: A report on the supply of groceries from multiple stores in the United Kingdom, Londyn, Competition Commission (Komisja ds. Konkurencji).
- 201** The Poultry Site, 2008, Polish Branch of Tesco Pressures Producers; [on-line] 7 listopada. Artykuł dostępny na stronie: <http://www.thepoultrysite.com/poultrynews/16380/polish-branch-of-tesco-pressures-producers> (6 grudnia 2008).
- 202** R. U. Mirdha, 2008, Wal-Mart wants rebate on garment orders, „The Daily Star”; [on-line] 8 września. Artykuł dostępny na stronie: <http://www.thedailystar.net/story.php?nid=53804> (6 grudnia 2008).
- 203** E. Rigby, Tesco to change payment terms for suppliers, „Financial Times”; [on-line] 24 października. Artykuł dostępny na stronie: http://www.ft.com/cms/s/0/4be57cb4-a20d-11dd-a32f-000077b07658.html?ncklick_check=1 (6 grudnia 2008).
- 204** M. Hearson i D. Eagleton, 2007, Who Pays? How British supermarkets are keeping workers in poverty, ActionAid, Londyn; [on-line] Raport dostępny na stronie: http://www.actionaid.org.uk/doc_lib/actionaid_who_pays_report.pdf (6 grudnia 2008).
- 205** ibid.
- 206** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008, s. 50.
- 207** ibid. s. 50.
- 208** ibid. s. 51.
- 209** ibid. s. 51.
- 210** Raport z badań terenowych CCC, Tajlandia, lipiec 2008.
- 211** ibid.
- 212** Raport z badań terenowych CCC, Indie, maj 2008.
- 213** ibid.
- 214** C. Jacquiau, 2000, Les coulisses de la grande distribution, Editions Albin Michel, Paryż; s. 27-35.
- 215** ibid. s. 63, tłumaczenie własne autora.
- 216** Korelacja między jakością fabryki a jakością warunków pracy, przytoczona w wywiadzie z konsultantem CCC, listopad 2008.
- 217** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 50.
- 218** Raport z badań terenowych CCC, Sri Lanka, sierpień 2008, s. 39.
- 219** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 10.

- 220** ibid. s. 32.
- 221** ibid. s. 24.
- 222** ibid. s. 48.
- 223** ibid. s. 49.
- 224** ibid. s. 49.
- 225** ibid. s. 29.
- 226** ibid. s. 39.
- 227** ibid. s. 51.
- 228** ibid. s. 19.
- 229** ibid. s. 47.
- 230** Raport z badań terenowych CCC, Sri Lanka, sierpień 2008, s. 42.
- 231** Raport z badań terenowych CCC, Bangladesz, sierpień 2008, s. 40.
- 232** ibid. s. 15.
- 233** Clean Clothes Campaign, 1998, Code of Labour Practices for the Apparel Industry Including Sportswear; [online]. Raport dostępny na stronie: <http://www.cleanclothes.org/codes/ccccode.htm> (6 grudnia 2008).
- 234** Zob. D. Pruett, 2005, op. cit. oraz Clean Clothes Campaign, 2008, Full Package Approach to Labour Codes of Conduct; [online]. Raport dostępny na stronie: http://www.cleanclothes.org/ftp/Full_Package_Approach.pdf (6 grudnia 2008).
- 235** Konwencje MOP: 1, 29, 81, 87, 98, 100, 105, 111, 122, 131, 135, 138, 154, 155, 159, 175, 177, 182, 183, 190.





Niewiele firm dominuje w życiu konsumentów i pracowników w takim stopniu, jak światowi detaliści-giganci, globalne firmy zwane supermarketami, sklepami wielkoformatowymi, czy – tak jak my je nazywamy – Gigantami. Są oni znani z niskich cen, dużych udziałów w rynku detalicznym i ogromnych ilości sprzedawanych produktów. Stają się też coraz ważniejszymi graczami w światowym przemyśle odzieżowym. W tym raporcie Clean Clothes Campaign (CCC) przygląda się warunkom pracy w łańcuchach dostaw pięciu Gigantów – sieci Carrefour, Walmart, Tesco, Aldi i Lidl – a także analizuje wpływ ich praktyk zamówień na pracowników produkujących sprzedawaną przez nich odzież.

CCC stwierdziła, że pracownicy otrzymują płace zbyt niskie, by mogły wystarczyć im i ich rodzinom na utrzymanie i są zmuszeni do pracy w nadgodzinach, żeby związać koniec z końcem. Coraz więcej pracowników zatrudnia się na podstawie umów tymczasowych, bez gwarancji przyszłych dochodów. Z powodu dyskryminacji ze względu na płeć te naruszenia praw pracowniczych bardziej odbijają się na kobietach, stanowiących zdecydowaną większość pracowników przemysłu odzieżowego. Giganci bynajmniej nie pomagają kobietom wyrwać się z ubóstwa, ale jeszcze na nim zarabiają. Praktyki zamówień, zwiększające presję wywieraną na dostawców, wykorzystują słabszą, niekorzystną pozycję kobiet, przez co te pracownice dalej dopłacają do zysków detalistów-gigantów.

Raport zawiera także proponowane przez CCC rekomendacje rozwiązań kluczowych problemów, zidentyfikowanych w trakcie prezentowanych w raporcie badań.

www.cleanclothes.org