

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
**ANALIZA NEGATIVNIH UČINKOV GLOBALIZACIJE: PRIMER
"POTILNIC" V AZIJI**

Ljubljana, 25. september 2018

VESNA LESKOVŠEK

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Vesna Leskovšek, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom "Analiza negativnih učinkov globalizacije: Primer "potilnic" v Aziji", pripravljene v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Matejo Drnovšek

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravil/-a samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobil/-a vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označil/-a;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnal/-a v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobil/-a soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 25. september 2018

Podpis študenta(-ke): _____

KAZALO

UVOD.....	1
1. GLOBALIZACIJA.....	2
2. NEGATIVNI UČINKI GLOBALIZACIJE	4
2.1. Brezposelnost in revščina.....	4
2.2. Globalni okoljski problemi	6
2.3. Potilnice	6
2.4. Zloraba otrok.....	7
3. ORGANIZACIJE, KI SE BORIJO PROTI NEPRAVIČNOSTI.....	8
3.1. Clean Clothes Campaign.....	8
3.2. Pravična trgovina	10
4. NIKE ODPRAVIL SLABE DELOVNE POGOJE	12
5. EMPIRIČNI DEL.....	15
6. SKLEP	19
7. LITERATURA IN VIRI	20
PRILOGA	1

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz minimalnih plač v azijskih državah **Napaka! Zaznamek ni definiran.**

Tabela 2: Prikaz otrok v delavskih razmerah po svetu

Tabela 3: V katerih trgovinah največkrat nakupujete oblačila?

Tabela 4: Ocenite, pri kateri vrsti oblačil ali obutve vam je znamka bolj pomembna?.....

Tabela 5: Kaj največkrat storite z oblačili, ki vam niso več všeč/prav (in so še ohranjena)?

UVOD

Prepričana sem, da smo že vsi slišali za pojem globalizacija, sprašujem pa se, ali vsi vedo kaj pravzaprav pomeni. Gotovo si vsi znajo ustvariti približno predstavo kaj globalizacija prinaša svetu, dvomim pa, da so seznanjeni z vsemi njenimi strani, tako pozitivnimi kot negativnimi. "Zaradi globalizacije je svet iz dneva v dan manjši", se začne moja misel, ko slišim besedo globalizacija. Marsikdo, vključno z mano si sveta ne zna predstavljati več drugače. Za nas je nekaj samoumevnega, da pijemo Coca Colo kamorkoli pridemo, jemo hamburgerje v vseh trgovinah s hitro prehrano, kupimo športne copate Adidas v vseh športnih trgovinah po svetu itd. Nikoli pa se ne vprašamo, kako je prišlo do tega. Zaradi najnovejše tehnologije, spletne komunikacije in svetovnega transporta nam je vse to omogočeno. Zato pravim, da je svet vse manjši saj nam dolga pot do nekega izdelka, ki ga hočemo ne predstavlja več problema, lažje komuniciramo s prebivalci, ki živijo na drugi strani sveta, spoznavamo in širimo kulturo med narodi.

Globalizacija sili podjetja, da se morajo znati hitro prilagajati trgu. Da ostajajo na položajih morajo konstantno spremljati nove trende, kaj se dogaja po svetu, kakšna povpraševanja se pojavljajo in kakšne ponudbe že ponujajo drugod. Zaradi tega pa je marsikdo začel izkoriščati svoje delavce, da delajo za minimalne plače in v slabih pogojih, izdelke za kateri predstavljajo majhne stroške pa začel na trgu prodajati za visoke cene.

Cilj moje zaključne naloge je na kratko predstaviti kaj globalizacije je, kaj nam je prinesla v pozitivnem smislu in kaj v negativnem. Glavna nit pa bo tekla ravno o negativnih učinkih globalizacije, ki jih je prinesla v svet. Osredotočila se sem na delo v proizvodnji oblačil in obutve v Aziji, kjer je tudi največ sweatshopov oziroma potilnic. Povzela bom nekaj glavnih problemov kot so revščina in brezposelnost, okoljski problemi, slabih delovnih pogojih v potilnicah in kako se različne organizacije, v mojem primeru Clean Clothes Campaign, trudijo zmanjšati oziroma izboljšati pogoje na delovnih mestih na katerih delavci delajo za prenizke zasluge in v slabih delovnih pogojih. Opisala bom znamko Fair trade (v slovenščini pravična trgovina), zakaj se pojavlja na določenih izdelkih, kaj pomeni ter kako se je podjetje NIKE pred leti odločilo izboljšati slabe delovne pogoje svojih delavcev. V empiričnem delu sem sestavila anketo, s katero sem želela ugotoviti, ali so kupci seznanjeni s pomenom pravična trgovina in potilnica, koliko jim pomenijo priznane znamke oblačil ter kako sami ravnavajo s starimi oblačili.

Namen zaključne naloge je, da seznanim potrošnike, kaj je globalizacija, kaj nam je prinesla in da nam ni vse samo padlo z neba, da obstaja veliko pozitivnih strani globalizacije in da je svet ravno zaradi nje danes tako poenostavljen in moderniziran, vendar pa ne smemo pozabiti na slabosti za katere je prav tako odgovorna. Rada bi, da se kupci, zlasti tisti, ki nakupujejo oblačila in obutev dragih znamk zamislijo pred nakupom na kakšen način in v kakšnih

razmerah so bila izdelana. To bom v nalogi dosegla tako, da bom predstavila kaj so potilnice in kaj se tam dogaja, kakšni so delavni pogoji in kdo v njih dela, tako bom skozi nalogo kupce seznanila, kdo izdeluje oblačila in obutev, ki jo nosimo. Z organizacijama kot sta Fair trade in Clean Clothes Campaign pa bom kupcem pokazala, da se svet bori proti takšnim nezakonitim dejanjem in da vendarle obstaja upanje, da se nekega dne odpravijo vse potilnice na svetu.

1. GLOBALIZACIJA

Oprelitev pojma globalizacija naj bi bilo več, skoraj toliko kot avtorjev, kateri vsi definirajo pojem po svoje. Globalizacija zajema več področij kot so ekonomija, sociologija, kultura, politika, gospodarstvo in tudi druge ožje teme, pravzaprav zadeva vsakdanje življenje. Gre za spremembe na različnih sistemih, ki so posledica za širjenje trgovanja in kulture. Za Vrega (2001) pomeni globalizacija svetovno medsebojno odvisnost družbe, ki se je čez leta povečevala.

Lubbers in Koorevaar (2000) opredeljujeta globalizacijo kot proces, ki zmanjšuje geografsko razdaljo pri vzpostavljanju odnosov političnih, ekonomskih in družbeno-kulturnih zadev. Zaradi takšne intenzivnosti globalizacije je prišlo do sprememb med temeljnimi odnosi, saj je globalizacija prišla v našo zavest (Lubbers & Koorevaar, 2000, v Prašnikar & Cirman, 2005).

Vreg (2001) trdi, da so za nastanek globalnega prostora krivi trije dejavniki, in sicer novosti v informacijski in telekomunikacijski teoriji, konkurenčnost in kompetitivnost ter liberalizacija. Zaradi nove informacijske in telekomunikacijske tehnologije imajo uporabniki veliko večje in boljše možnosti za delo, saj imajo dostop do globalnih podatkov in možnosti pošiljanja informacij po celem svetu v najhitrejšem možnem času. Vsa ta uporaba sodobnih, novih tehnologij (elektronska sporočila, internet, mobilni telefoni in drugi) je in še bo spremenila družbo. Globalizacija je privedla do znatnih izboljšav pri letalskem prometu, prevozih tovorov, informacijsko in satelitsko tehnologijo, ki jim omogoča hitrejši in cenejši prevoz blaga in komunikacijo (Castells, 1996, v Svetlik, 2014).

Zmanjšanje trgovinski ovir je omogočila liberalizacija trgovine, kar je podjetjem omogočilo lažji vstop na svetovne trge in s tem širila konkurenčni prostor. Liberalizacija kapitalskih trgov je povzročila hitrejši potek globalizacije v finančni sferi, kot pa liberalizacija trgovine in proizvodnje (Stiglitz, 2004, v Prašnikar & Cirman, 2005).

Med vsemi teoretiki, ki definirajo globalizacijo sem se najbolj poglobila v definicije Svetliča (2004), ki definira globalizacijo kot širjenje in poglobljanje dejavnosti po svetu, globalno povezanost za katero je potrebno globalno usklajevanje in povezanost. Pravi, da gre za dve

bistveni sestavini: mobilnost in odvisnost blaga in dejavnikov. Tako kot drugi teoretiki tudi Svetlič trdi, da je to omogočil napredek informacijsko-komunikacijske tehnologije, liberalizacija in deregulacija.

Svetličič (2004) torej na kratko opredeljuje globalizacijo kot:

- Večdimenzionalni proces, saj vključuje tako kot ekonomske, tudi politične in kulturne sestavine, ki skupaj tvorijo celoto;
- globalno internacionalizacijo;
- svetovno povezanost, ki zahteva usklajevanje in povezanost;
- proizvodjanje enakih produktov za porabo doma in v tujini;
- vedno večjo rast tujih sestavin v produktih za porabo doma in tujih državah.

Za kazalnike globalizacije je povzel tiste, ki se ujemajo v večini teorij posameznih teoretikov:

- Naraščajoč delež trgovine in tuje neposredne investicije v BDP;
- mednarodna trgovina raste hitreje od BDPja;
- povečanje pomena tujih investicij in mednarodne proizvodnje;
- tehnologija ima odločilen vpliv na mednarodno trgovino;
- rast ekonomije obsega
- oligopolizacija mednarodnega trga narašča.

Globalizacija je torej v veliki meri prinesla pozitivne strani v proizvodnji. Z njeno pomočjo so velika podjetja še bolj rastla in višala svoj dobiček, širi globalno kulturo in je na strani predvsem "močnih" in neodvisnih od javnih storitev (Streeter, 2001 v Svetlič, 2004).

Začetki globalizacije segajo že daleč v preteklost, vendar jo zasledimo pod drugimi imeni. Gre le za nadaljevanje liberalizacije mednarodne trgovine z začetkom sredi 19. stoletja. Kindleberger (Kindleberger, 2000 v Svetlič, 2004) trdi, da se je globalizacija začela že pred krščanstvom in sicer s čezmejno trgovino na dolge razdalje, prava globalizacija pa se je začela približno 1870 z intenzivnejšo mobilnostjo dela in kapitala.

Za prvo fazo globalizacije bi lahko imenovali kolonizacijo, zavrla jo je velika gospodarska kriza še pred njo pa 1. svetovna vojna. Šele zadnjih deset let, pa lahko govorimo o resnični globalizaciji, torej o velikih razmakih mednarodnih ekonomskih odnosov in proizvodnji, ki presega svetovni izvoz blaga. Predvsem gre bolj za rast tujih neposrednih investicij (Svetličič, 2004).

Primer globalizacije sega celo v 2. stoletje pr. n. št., ko je bila vzpostavljena svilna cesta, ki je povezovala Zahod in Vzhod ter omogočila gospodarsko in kulturno izmenjavo (SURS, 2017).

Rada pa bi poudarila tudi pozitivne spremembe, ki jih je prinesla globalizacija, za katere moramo biti hvaležni:

- 1,2 milijarde mednarodnih potovanj (podatki za leto 2016),
- 914 milijonov uporabnikov socialnih omrežij ima vsaj enega prijatelja, ki je iz tujine,
- 3,3 milijona študentov, ki študirajo v tujini,
- 13 milijonov študentov, ki lahko sedaj študirajo preko spleta (Evropska komisija, 2017).

2. NEGATIVNI UČINKI GLOBALIZACIJE

Zaradi globalizacije so podjetja prisiljena k nenehnemu prilagajanju trgu. Poznati morajo ekonomsko klimo, trende, povpraševanja kupcev in že obstoječe ponudbe ponudnikov ter s tem povezane tehnologije in investicije. Podjetja so se zaradi tega že pred parim leti začela zadolževati zato, da bi lahko konkurirala drugim. Globalizacija monetarnega in finančnega trga jim je omogočala, da je za nekatere bilo enostavno vzeti kredite brez ustreznih zavarovanj. Ker rezultatov s strani podjetij ni bilo, bila pa so preveč zadolžena so kmalu propadla. Propadel je celo celotni bančni sistem in zaradi takšnih nespametnih potez imamo visoke obrestne mere, kreditne točke in omejene možnosti za rast (Bandelli, 2014).

Kazalniki negotovosti:

- Najbogatejši odstotek ljudi, dobi enak dohodek kot 57 % najrevnejših;
- zmanjšal se je vpis v šole;
- pojavile so se bolezni, znižala se je stopnja imunizacije otrok;
- milijarda ljudi je še vedno brez pitne vode;
- ekonomska nihanja so sicer manjša, vendar pogostejša;
- brez ni nadzorov nad uvozi in izvozi na mejah (mamila, orožje, nevarni izdelki,...);
- slabša delovna razmerja (Milanović, 2003a v Svetličič, 2004).

2.1. Brezposelnost in revščina

Po vsem kar piše o globalizaciji, se na prvi pogled zdi, da prinaša same pozitivne stvari, vsaj v teoriji. Praksa pa odkriva, da temu ni tako. Seveda je veliko pozitivnih stvari, saj je spremenila svet v takšnega kot ga poznamo danes in si ga ne znamo predstavljati drugače, življenje nam je v veliki meri poenostavila, vendar pa ga je nekaterim predvsem otežila. Po vseh pozitivnih lastnosti, ki jih ima globalizacija težko verjamemo, da je lahko prinesla brezposelnost, revščino in neenakost.

Globalizacija je pozitivno vplivala na velika podjetja in tiste, ki so že bili "močni" v svojem poslu, višala je dobičke in proizvodnjo tistim, ki so bili prilagodljivi. Globalizacija pa je bila slaba za vse tiste, ki so temu kontra. Državam v razvoju ni bila v korist, prav tako ne malim podjetjem, ki se niso znala prilagajati in slediti novim trendom, ljudem brez sredstev in neizobraženim ter nekvalificiranim delavcem (Streeter, 2001 v Svetličič, 2004).

"S tem ko so odstranjene prepreke za mednarodni pretok kapitala in blaga in so se v svetovni trg vključile države, kot so Kitajska, Indija in Rusija, se je ponudba delovne sile povečala za slabo milijardo in pol (Freeman, 2005). V obdobju od 1980 do 2005 se je ponudba delovne sile početverila (Yu Zhang, 2008)" (Svetlik, 2014).

Če za revščino krivimo neenakomerno porazdelitev dohodka in slednega opredelimo za temeljni problem, se moramo najprej vprašati, kdo dobiva tisto, kar drugi izgubljajo. Tega brez same teorije o globalizaciji nebi mogli spoznati. S pomočjo Ginijevega koeficienta, s katerim so izmerili porazdelitev dohodkov svetu odkrijemo, da so od leta 1820 velika nihanja. Deleži 20 % tistih, ki imajo najmanj premoženja so padli, medtem ko so se povečali deleži 10 % najbogatejših. Zaradi nizke produktivnosti v manj razvitih državah so tudi plače nizke. Ko analiziramo učinke uvoza iz držav v razvoju, moramo vedno upoštevati razlike v produktivnosti in upoštevati stanje na trgu delovne sile ter elastičnost ponudbe dela (Svetličič, 2004). Izdatki industrijskih držav, ki so za tretji svet in nerazvite države, se venomer zmanjšujejo. Zaradi tveganj vlagatelji pogosto pričakujejo 30 % kapitalski donos, na primer za gradnjo vodovodnega omrežja v Indiji in Indoneziji. Prav tako se kljub obljubam s strani Severa, da bodo odpisali dolgove državam v razvoju, le ti stalno povečujejo (Martin & Schumann, 1997). Globalizacija je privedla do oblikovanja dobrih delovnih mest za kvalificirane delavce ter ukinila slabše plačane, nekvalificirane delavce. Kaj je vzrok za razlike je postalo temeljno vprašanje obstoja sveta. Kar lahko trdimo je to, da ljudje gledajo na globalizacijo z vidika svojega delovnega mesta, če so izgubili službo ali če jim gre slabo, seveda za vse krivijo globalizacijo. Svet se sooča z dvema vprašanjema: ali globalizacija krepi ali zmanjšuje neenakost v svetu ter kako se nanjo odzvati. Vsi teoretiki težko opredelijo analizo vplivov globalizacije na porazdelitev dohodkov, saj ni posebne teorije. Oklepajo se različnih "šol", ki globalizacijo delijo v tri skupine tez, hiperglobalistično, skeptično in transformacijsko, ki vsaka govori zase. Na koncu pridemo do spoznanja, da globalizacija ustvarja in tudi ukinja delovna mesta ter dvigujejo na drugi strani pa znižuje dohodke. Obstajajo pa tudi pozitivni primeri. New balance, ameriški proizvajalec obutve ni mogel več tekmovati s kitajskim partnerjem, ki je proizvajal enako obutev. Zaradi proizvodnje na Kitajsko je v ZDA ostalo le še 25 %. V ZDA so bili delavci plačani 14 \$ na uro, na Kitajskem pa od 20 do 40 centov poleg tega, pa so delali v slabih razmerah. Bili so pred dilemo, ali seliti proizvodnjo na Kitajsko, ali dvigniti produktivnost in znižati ceno čevljev. Z uvedbo računalniške tehnologije so delavci lahko delali v majhnih skupinah, en delavec pa je lahko

opravljajal nalogo šestih. Tako jim je uspelo dvigniti zaposlenost in povečati proizvodnjo, vse to samo zaradi uvedbe najmodernejših tehnologij (Svetličič, 2004). Na žalost, pa je še vedno veliko proizvedenih na Kitajskem in drugod po Aziji, v katerih delavci v slabih pogojih delajo za par centov na uro. Na Kitajskem, v mnogih kitajsko-tujih mešanih podjetjih, morajo delavci ob nastopu službe zastaviti več mesečnih plač, ki jih največkrat ne dobijo povrnjenih, če proti volji poslovodstva zapustijo podjetje. Ponoči spijo v stlačenih prostorih, ki jim jih namenijo podjetja za počitek. Samo leta 1993 je prišlo do več kot 11.000 nesreč s smrtnim izidom in do 28.000 požarov (Martin & Schumann, 1997).

2.2. Globalni okoljski problemi

V družbenoekološkem pogledu pride zaradi globalizacije tudi do okoljskih problemov. Zaradi znatnega povečanja sodobnega transporta, ogrevanja s kurilnim oljem, gradnje objektov ter avtocest, umetnih gnojil, pride do spreminjanja podnebja in zmanjšanja biotske pestrosti. Kljub temu, da postajajo produkcijske tehnologije okolju prijaznejše se zaradi povečanja obsega ekonomske dejavnosti, povečuje tudi ekološka obremenitev planeta. V tretjem svetu je okoljska zakonodaja še ohlapnejša. Če bi države v razvoju hotele uvesti strožje ukrepe proti onesnaževanju, bi s tem povzročile upočasnitev stopnje rasti dohodka in odprtost trgovine (Kirn, 2013)

2.3. Potilnice

Z izrazom sweatshop oziroma potilnica, sem se srečala šele pred kratkim. Domnevam, da ga tudi marsikdo ne pozna ali vsaj še ni slišal. Prepričana pa sem, da je že vsak slišal za nečloveške delovne pogoje, minimalna plačila za večurno delo, zlorabo otrok za delo in ostala grozljiva dejanja na delovnih mestih. Vse to sodi pod pojem sweatshop ali slovensko potilnica. V potilnicah, ljudje največkrat izdelujejo oblačila in obutev. V takšnih delavnicah je natrpanih ogromno ljudi, ki delajo za prenizka plačila, ki so jim edini vir prihodka, saj drugače ne dobijo zaposlitve. Kar pa se mi zdi najhuje je, da ti ljudje izdelujejo oblačila in obutve najbolj priznanih in luksuznih znamk, ki jih kupci lahko kupimo v trgovinah po zelo visokih cenah. Vsi poznamo znamke kot so Adidas, Marks in Spencer, nato Ralph Lauren, DKNY, GAP, Converse, Banana Republic, Hugo Boss in še bi lahko nadaljevala. Pa se med nakupovanjem kdaj vprašamo kdo jih izdeluje? Verjetno ne.

Na Filipinih, v Indoneziji in Šri Lanki, je raziskava pokazala, da nihče od 100.000 zaposlenih ne prejema plače v takšni višini, da bi lahko z njo živel normalno življenje. Mnogi od njih ne prejema niti z zakonom predpisane minimalne plače. Svetovne dobavne verige izkoriščajo predvsem žensko delo, med anketiranimi je bilo kar 76 % žensk iz podeželskih območij. Prepovedali so jim nosečnost, nekatera podjetja pa celo izvajajo teste nosečnosti, da bi

pregnani noseče ženske. Spolno zastraševanje in zloraba sta bila pogosta. Kakšna ironija, vsi vemo, da so ženske tiste, ki rade veliko nakupujemo, ne vemo pa, da so ravne ženske tiste, ki proizvedejo ogromno oblačil in so za to premalo plačane in izkoriščene. Delodajalci so jim uvedli tudi nadure in višje proizvodne cilje. Večina jih ima kratkoročne pogodbe, tako, da je skrb za nadaljnje življenje še večja. V povprečju je bilo 25 % delavcev v Indoneziji kratkoročno ali začasno zaposlenih, medtem ko ima isto pogodbo na Filipinih, v eni od tovarn kar 85 % (Bunting, 2011).

Na Šrilanki so bile plače določene v višini produktivnosti, čeprav je takšna praksa nezakonita. V neki tovarni v Girigari se je osnovna plača zmanjšala, če cilji, ki jih je določilo vodstvo niso bili doseženi. V drugi tovarni, ki je v lasti istega podjetja v Katunayahu delavci niso prejeli nikakršne spodbude razen, če je bila dosežena celotna kvota, delavci pa so poročali, da ni bilo mogoče doseči ciljev, zato nikoli niso dobili bonusov. V drugih tovarnah so bili delavci prisiljeni delati nadure, da bi dosegli cilje produktivnosti. Delavci so v raziskanih tovarnah delali od 10 do 40 ur nadur na teden. V primerih, ko delavci niso dosegli proizvodnih ciljev, so bili prisotni duševni in fizični ukrepi. V eni izmed tovarn je bilo 40 delavcev zaprtih v prostoru brez dostopa do sanitarij, vode in hrane več kot tri ure kot kazen. Delavci so prisiljeni delati do 130 nadur v mesecu (Bunting, 2011).

Na Filipinih je 24 % anketiranih delavcev izjavilo, da niso prejele dodatnega plačila za nadure. Tipične ure lahko trajajo od 6. ure zjutraj do 8. ure zvečer (Bunting, 2011). Industrija oblačil je tako rekoč ključnega pomena za azijsko gospodarstvo in pomemben del globalne industrije oblačil.

Tabela 1: Prikaz minimalnih plač v azijskih državah

	Kitajska	Bangladeš	Indonezija	Malezija	Šri Lanka	Indija
Legalna minimalna plača	175€	50€	83€	196€	50€	52€
Min.plača kot odstotek legalne plače	46 %	19 %	31 %	54 %	19 %	26 %

Vir: Clean Clothes Campaign (2014).

2.4. Zloraba otrok

V letu 1990 so v industriji z oblačili zaposlili okoli 75.000 ljudi, od katerih je bilo 10% otrok starih manj kot 14 let. Dekleta so začela z delom že pri 11 letih (White, 1996). Mednarodna

organizacija dela je ocenila, da je 218 milijonov otrok starih med 5 in 17 let že zaposlenih. Od tega jih je kar 152 milijonov prisiljenih v otroško delo, 58 % predstavlja dečkov in 42 % deklic. Največ jih dela na področju kmetijstva, v večini so to dečki (70.9 %), sledi delo v industriji (11.9 %) ter dela kot so čiščenje, pospravljanje pomivanja katera delo v večini opravljajo deklice (17.2 %) (ILO, 2017a).

Tabela 2: Prikaz otrok v delavskih razmerah po svetu

starost	delež
5-11 let	48 %
12-14 let	28 %
15-17 let	24 %

Vir: ILO (2017b).

3. ORGANIZACIJE, KI SE BORIJO PROTI NEPRAVIČNOSTI

Po vseh spoznanjih, ki sem jih odkrila v pisanju o negativnih učinkov, sem se odločila, da poizvem, kdo pa se vendarle bori proti krivicam, ki jih ljudje doživljajo zaradi globalizacije. Najprej sem se odločila poizvedeti, kdo se bori proti sweatshopim oziroma potilnicam. Največ sem izvedela o kampanji, ki se imenuje Clean Clothes Campaign. Prizadevajo si k zagotavljanju spoštovanja pravic delavcev ter mobilizirati nas, potrošnike o vsem, kar se dogaja v teh tovarnah. Spraševala sem se tudi kdo ščiti proizvajalce pred negativnimi posledicami delovanja svetovnih trgov in tako našla Pravično trgovino ali Fair Trade, ki je znana po svojem simbolu, ki ga najdemo na določenih izdelkih, ki so v skladu s standardi Fairtrade.

3.1. Clean Clothes Campaign

Ena izmed organizacij, ki pripomore pri ustavitvi potilnic je Clean Clothes Campaign. Kampanja "Čista oblačila" je globalno zavezništvo, ki je bilo ustanovljeno leta 1989, je namenjeno izboljšanju delovnih pogojev in krepitvi zmogljivosti delavcev v svetovni industriji oblačil in športa. Prizadeva si zagotoviti spoštovanje temeljnih pravic delavcev,

izobraževati in mobilizirati potrošnike, lobirati podjetja in vlade ter nuditi neposredno solidarnostno podporo delavcem, ko se borijo za svoje pravice in zahtevajo boljše delovne pogoje (CCC, 2018).

Njihova vizija je, da bi vsi ljudje, ki se ukvarjajo s svetovnimi oblačili in športno industrijo, uveljavljali svoje človekove pravice na delovnem mestu in v skupnosti.

Njihove naloge:

- Pritiskati na podjetja in vlade, naj prevzamejo odgovornost za zagotovitev spoštovanja in izvajanja pravic delavcev.
- Sodelovati v solidarnosti z organiziranimi delavci v svetovnih dobavnih verigah, ki se borijo za svoje pravice kjer koli od delovnega mesta do svetovne ravni in ukrepati glede konkretnih primerov kršitev pravic delavcev in aktivistov.
- Ozaveščati in mobilizirati ljudi za izvajanje individualnih in kolektivnih ukrepov.
- Raziskovati pravosodne mehanizme in lobirajo za zakonodajo za zaščito pravic delavcev in odgovornost podjetij.
- Spodbujati javna in zasebna naročila, ki zagotavljajo, da se pravice delavcev spoštujejo v proizvodnem procesu.
- Sodelovati pri razvoju lastne mreže in krepitvi globalnega zavezništva za pravice delavcev.

Držijo se načel:

- Vsi delavci (ne glede na spol, starost, državo izvora, pravni status, zaposlitveni status), imajo pravico do dobrih in varnih delovnih pogojev.
- Delavci imajo pravico poznati svoje pravice, ter imeti pravico do izobraževanja in usposabljanja v zvezi s temi pravicami.
- Javnost ima pravico vedeti, kje in kako se proizvajajo njihova oblačila in športni čevlji.
- Nacionalne vlade in mednarodni organi so dolžni izvajati zakonodajo in sankcionirati vsako kršitev. Obstaja obvezujoča zakonodaja, ki bo ustrezala standardom, določenim v konvencijah Mednarodne organizacije dela.
- Proizvajalci oblačil in športnih čevljev je odgovorna za zagotovitev, da so dobre delovne prakse norma na vseh ravneh industrije. Glede na sedanjo strukturo industrije morajo podjetja za trgovino z blagovno znamko in trgovci na drobno uporabljati svoj položaj, da zagotovijo dobre delovne standarde.
- Podjetja za trgovino z blagovno znamko in trgovci na drobno morajo sprejeti kodeks delovne prakse, ki bo sledila standardom, opisanim v vzorcu šifri CCC in se zavezati, da bodo te standarde spoštovali in upoštevali.

- Sindikati in nevladne organizacije bi morali sodelovati na nacionalni, regionalni in svetovni ravni, da bi izboljšali razmere v industriji oblačil in športnih čevljev ter olajšali krepitev moči delavcev ne, da bi pri tem uporabili protekcionizem (Clean Clothes Campaign, 2018). Clean Clothes Campaign sodeluje že z več kot 200 nevladnimi organizacijami po državah, ki imajo močno industrijo z oblačili. Organizacije jih obveščajo o vseh razmerah ter kršitvah, ki se dogajajo v tekstilnih obratih, CCC pa se na to odzove in pritiska na delodajalce oziroma trgovce z oblačili. Veliko število trgovcev je tako začelo upoštevati njihove zahteve, prav tako so tudi potrošniki veliko bolj seznanjeni o razmerah, ki so se in se dogajajo v proizvodnji. Zelo so veseli uspeha v Indoneziji, kjer so dosegli, da so odpuščene delavce, ki so delovali v sindikatih ponovno zaposlili. Če se trgovci oziroma podjetja za naše zahteve ne odzovejo ali jih kršijo, o tem poročamo tudi medijem, seveda imajo pri tem pravico odločati tudi delavci, ki pa velikokrat nasprotujejo saj se bojijo za njihov položaj in kaznih, ki bi jih mogoče doletela, če bi se o njihovem pričanju izvedelo na delovnem mestu. Veliko vlogo pri izboljšanju delovnih razmer v tekstilni in oblačilni industriji imajo tudi potrošniki. Sami se lahko odločajo kje, kaj in za kakšno ceno bodo kupovali. Ena od nalog Clean Clothes Campaign je prav ta, da potrošnike čim bolj ozaveščajo, mobilizirajo in jih spodbujajo k nakupu znamk tistih trgovin, ki poslujejo po načelih pravične trgovine. Ozaveščeni potrošniki tako lahko predstavljajo grožnjo tistim podjetjem v katerih delavci nimajo ustreznih pogojev in nezmožnosti uveljavljati svojih pravic (Priatelj, 2011).

Clean Clothes Campaign določa, da mora minimalna plača (Clean Clothes Campaign, 2014):

- Veljati za vse delavce,
- biti zaslužena v standardnem delovnem tednu, ki ni daljši od 48 ur,
- biti osnovna neto plača, po davkih in (kjer je primerno) pred bonusi,
- dodatki ali nadure,
- pokrivati osnovne potrebe družine (dve odrasli osebi, dva otroka),
- vključiti dodatnih 10 % stroškov za osnovne potrebe kot diskrecijski dohodek (Clean Clothes Campaign, 2014).

3.2. Pravična trgovina

Vse bolj pogosto zasledimo na izdelkih znak, ki ponazarja Fair trade oziroma "pravična trgovina" vendar sem še vseeno mnenja, da večina potrošnikov nanj ni pozorna ali pa ne vedo kaj bi naj pomenil. Pravična trgovina je sistem trgovanja med proizvajalci ekonomsko deprivilegiranih držav kot so Afrika, Južna Amerika in jugovzhodna Azija ter potrošniki. Pravična trgovina poskuša humanizirati trgovski proces in skrajšati trgovinsko verigo med kupcem in prodajalcem (Humanitas, 2016). Prizadeva si za odpravljanje nesorazmerij v mednarodnih trgovinah tako da omogoča malim pridelovalcem in delavcem iz revnejših držav neposredni dostop do mednarodnega trga. Vsi udeleženi na trgu se obvežejo, da bodo od pridelovalcev odkupovali izdelke po takšnih cenah, ki bodo pokrivalo stroške pridelave.

S premijo, ki jo prav tako dobijo plačano pa jo morajo porabiti za poslovne naložbe in življenjske potrebsčine, če pa imajo najete delavce pa se morajo potruditi tudi za njihov boljši položaj (Priatelj, 2012).

Pravična trgovina je več kot le trgovanje saj nam dokazuje da obstaja večja pravičnost v svetovni trgovini. Gre za prispevek k boju proti revščini, gospodarski krizi in na koncu tudi proti podnebnimi spremembam (WFTO, 2017). Simbol Fair trade je prepoznan po celem svetu, je registrirana certifikacijska oznaka za izdelke, ki jih dobavljajo proizvajalci v državah v razvoju. Simbol se uporablja le za izdelke, ki so certificirani v skladu s standardi Fairtrade in za promocijski material, ki spodbuja ljudi k nakupu izdelkov Fairtrade (Fairtrade Foundation, 2018).

Pravična trgovina ščiti proizvajalce pred negativnimi posledicami delovanja svetovnih trgov kot so na primer nizke odkupne cene materiala in polizdelkov, nihanja cen zaradi špekulacij, pogajalske moči velikih korporacij ter nesorazmerni tržni deleži. Kupcem pa nam omogoča osnoven vpogled v svetovno kulturo in življenjske pogoje proizvajalcev saj lahko izdelkom sledimo do njihovega izvora. (Humanitas, 2016).

Nadzor nad pravično trgovino pa vršijo neodvisne mednarodne organizacije med katerimi sta najpomembnejši Fairtrade Labelling Organization in World Fair Trade Organization, ki izvajata nenapovedane kontrole na terenu, kjer preverjata delovne razmere proizvajalcev. Fairtrade Labelling Organization International, pravno registrirano ime za Fairtrade International je neprofitna organizacija z več zainteresiranimi stranmi, ki se osredotoča na krepitev moči proizvajalcev in delavcev v državah v razvoju prek trgovine. Fairtrade International zagotavlja vodstvo, orodja in storitve, potrebne za povezovanje proizvajalcev in potrošnikov, spodbujanje pravičnejših trgovinskih pogojev in prizadevanj za trajnostne načine preživljanja. Cilj Fairtrade Labelling Organization International je, da z označevanjem proizvoda pravične trgovine podpira prikrajšane proizvajalcev za doseganje trajnostnega razvoja. Etiketna potrošniku omogoča, da prepozna izdelek pravične trgovine in s tem izboljša dostop proizvajalcev do mednarodnih trgov na podlagi poštenih pogojev (ALMANZA-ALCALDE, 2005).

Njihove naloge so:

- Ocenjevanje ali proizvajalci iz južnega območja izpolnjujejo standarde pravične trgovine,
- zagotavljati, da se koristi pravične trgovine vlagajo v socialni in gospodarski razvoj,
- nadzorovati registrirane uvoznike Fairtrade Labelling Organization, da bi zagotovili, da bodo koristi pravične trgovine namenjene proizvajalcem,
- zagotavljati, da se oznaka poštene trgovine uporablja izključno za proizvode, ki prihajajo iz certificiranih proizvajalcev Fair Trade (ALMANZA-ALCALDE, 2005).

The World Fair Trade Organization predstavlja več sto tisoč manjših proizvajalcev, ki jim zagotavljajo verodostojnost in identiteto v okviru mednarodnega sistema garancij in delujejo v več kot 70 državah v 5 regijah (Afrika, Azija, Evropa, Latinska Amerika, Severna Amerika in Pacifik). Njihov cilj je izboljšati preživetje marginaliziranih proizvajalcev in delavcev, še posebej na jugu. Prizadevajo si za spremembo nepoštenih struktur mednarodne trgovine, izboljšati in uskladiti sodelovanje njihovih članskih organizacij ter spodbujati interese in nuditi storitve njihovim članskim organizacijam in posameznikom (WFTO, 2017).

World Fair Trade Organization predpisuje deset načel, ki jih morajo organizacije pravične trgovine upoštevati (WFTO, 2017):

- Ustvarjanje priložnosti za gospodarsko prikrajšane proizvajalce.
- Preglednost in odgovornost.
- Pravične trgovinske prakse.
- Plačilo poštene cene.
- Zagotavljanje brez dela otrok in prisilnega dela.
- Zavezanost k nediskriminaciji, enakosti spolov in ekonomskemu položaju žensk ter svobodi združevanja.
- Zagotavljanje dobrih delovnih pogojev.
- Zagotavljanje krepitve zmogljivosti.
- Spodbujanje pravične trgovine.
- Spoštovanje okolja (WFTO, 2017).

S temi opisi, kaj in kako delujeta ti dve organizaciji, želim potrošnikom sporočiti, da se borijo proti potilnicam in da delavci niso prepuščeni sami sebi ter da obstajajo zakoni, ki jih morajo podjetja spoštovati drugače pride do sankcij. Cilji teh organizacij so, da izboljšujejo delovne pogoje v tistih podjetjih kjer so delavcem kršene pravice ter krepijo zmogljivosti delavcev v svetovni industriji oblačil in športa. Njihov cilj pa je prav tako izobraževati in mobilizirati nas potrošnike. Njihov namen je, da bi vsi ljudje, ki se ukvarjajo s svetovnimi oblačili in športno industrijo, uveljavljali svoje človekove pravice na delovnem mestu in v skupnosti.

V naslednjem poglavju sem se odločila za sebi osebno dober primer prakse, ki je prav tako bil znan po svetu in sicer kako je podjetje Nike odpravilo slabe delavne pogoje.

4. NIKE ODPRAVIL SLABE DELOVNE POGOJE

Vsi poznamo znano športno znamko Nike, ki slovi po kakovostnih in tudi precej visoko cenovnih športnih copatih, oblačilih in drugih športnih dodatkih. Le kdo ne pozna njihovega logotipa, ki je gotovo med najbolj znanimi na svetu. Oblikovala ga je študentka grafičnega oblikovanja Carolyn Davidson leta 1971 in to za samo 2 dolarja na uro. Nike je sodeloval s

številnimi športniki kot je na primer Michael Jordan, LeBron James, Rafael Nadal in drugi (NIKE Shop, d.o.o.).

Ne vprašamo pa se, kdo izdeluje njihove izdelke, po kakšni urni postavki in kakšni so resnični stroški izdelave športnega para copat ali drugih izdelkov. Potrošnikov pogosto ne zanima, kako so oblačila ali obutev izdelana, temveč le da se "znajdejo" v njihovih najbližjih trgovinah, kjer jih lahko kupijo.

Jeff Ballinger je organizator, odvetnik in zagovornik človekovih pravic in pravic delavcev. Skoraj štiri leta je preživel v Indoneziji, kjer je spremljal delovne pogoje in skladnost plač v tovarnah, ki proizvajajo blago transnacionalne korporacije. Odkril je, da se v tovarni kjer izdelujejo športne copate znamk Nike dogaja največ kršitev človekovih pravic. S svojimi sodelavci je odkril sistematične kršitve standardov minimalne plače in slabe delavne pogoje. Delavec bi naj zaslužil 14 centov na uro, kar je 1,03 \$ na dan za 7,5-urni delovnik, stroški dela za izdelavo par Nike čevljev, ki se v ZDA prodajajo za 80 \$ znašajo približno 12 centov. Na podlagi prejšnje študije je Ballinger prejel glavno donacijo za 600.000 dolarjev, da izvede veliko večjo anketo o skladnosti plač, ta pa vključuje 165.000 delavcev v proizvodnih conah izvoznega sektorja (Bullert, 1999).

Leta 1992 je Ballinger napisal prvo razkritje Nikeove zlorabe politike dela za Harper in igral pomembno vlogo pri pridobivanju več deset nevladnih organizacij, da bi podprli pogumen boj delavcev na Nikejevih pogodbenih tovarnah v Aziji (Inthistime, 2016).

Časovnica, kako je Nike obrnil stvari v pravo smer (Nisen, 2013):

- 1991: Jeff Ballinger objavi poročilo o nizkih plačah in slabih delovnih pogojih
- 1992: Ballinger objavlja izjavo Nikea. Članek njegovega Harperja izpostavlja indonezijskega delavca, ki je delal za podizvajalca Nike za 14 centov na uro in dokumentiral druge zlorabe.
- 1992-1993: Protesti na olimpijskih igrah v Barceloni leta 1992, CBS-ov intervju z delavci tovarne Nike iz leta 1993 in Ballingerjeva nevladna organizacija "Press For Change" izzovejo navadno pozornost medijev.
- 1996: Oblačilna linija Kathy Lee Gifford je pokazala, da otroci delajo v slabih delovnih razmerah. Njena groba opravičila in aktivizem postane nacionalno vprašanje.
- 1996: Nike ustanovi oddelek, zadolžen za izboljšanje življenja delavcev tovarne.
- 1997: Prizadevanja za promocijo postanejo priložnost za javno nasilje. Družba razširja svoje prodajalne na drobno "Niketown", samo da bi videla vse večje proteste. Športni mediji začenejajo z izzivalnimi predstavniki, kot je Michael Jordan.
- 1997: Študentje po vsej državi so začeli protestirati proti podjetju.

- 1998: Nike se sooča s šibkim povpraševanjem in neusmiljenimi kritiki. Odpustiti mora delavce in se mora zavedati, da se mora spremeniti.
- Pravi premik se začne z govorom direktorja Phila Knighta maja 1998.
- V tem govoru napoveduje, da bo Nike zvišal najnižjo starost delavcev in v vseh tovarnah prilagodil standarde čistega zraka v ZDA.
- 1999: Nike začne ustvarjati združenje pravičnih delavcev, ki združuje podjetja, predstavnike človekovih pravic in delavcev, da bi vzpostavili neodvisno spremljanje in kodeks ravnanja vključno z najnižjo starostjo in 60-urnim delovnim tednom.
- 2002-2004: Podjetje opravlja okoli 600 tovarniških revizij vključno s ponavljajočimi obiski problematičnih tovarn.
- 2004: Aktivisti za človekove pravice priznavajo, da se povečana spremljevalna prizadevanja vsaj ukvarjajo z nekaterimi najhujšimi težavami, kot so zaklenjena tovarna vrata in nevarne kemikalije, vendar vprašanja še vedno ostajajo.
- 2005: Nike postane prvi v svoji industriji, ki objavi popoln seznam tovarn, s katerimi je sklenil pogodbo.
- 2005: Nike objavlja podrobno poročilo, ki razkriva pogoje in plače v svojih tovarnah (Nisen, 2013).

Kaj se dogaja sedaj?

Problem se vrača nazaj, julija 2017 so študentje in aktivisti zopet po vsem svetu sodelovali na dnevu protestov proti Nikeju, ki so ga organizirali United Students Against Sweatshop. Delavci v Vietnamu so trdili, da so utrpeli verbalno zlorabo in da so delali v pogojih, ki niso dovoljeni (prevelike temperature v tovarnah). Prav tako je prihajalo do prevelikih odpuščanj zaradi močne prisotnosti sindikata. Nike je trdil, da bi naj šlo za spore s kanadskim proizvajalcem oblačil in da je zaradi tega zapustil tovarno STAR ter odpustil toliko delavcev (Bain, 2017). Avgusta naj bi Nike le sklenil nov licenčni sporazum z Georgetown o naprednem prizadevanju za podporo delavskih pravic. V okviru licenčne pogodbe se je Nike strinjal, da bodo njegovi proizvajalci pogodbe spoštovali standarde zakona o delovnih standardih IMG College Licensing, ki so usklajeni s kodo Georgetown in vključujejo delovne standarde, pod katerimi WRC (Worker Rights Consortium) raziskuje tovarne. Nike tako sodeluje še naprej neposredno z Fair Work Association, pomembno organizacijo namenjeno dvigovanju standardov za delavce s celovitim programom dobavne verige (NIKE news, 2017).

Refleksija

Moje mnenje je, da se krivca najde vedno prej ali slej, zato nikoli ne vidim razloga, zakaj bi hoteli goljufati, prikrivati stvari ali pa v tem primeru hoteli zaslužiti veliko in skoraj nič investirati ter še s tem ogrožati druge. Glavni razlog, da sem se odločila za primer Nike je, ker je znamka zelo prepoznavna, še posebej med mladimi, ki veliko kupujejo njihova oblačila

in obutev. Kupce te znamke sem želela seznaniti, kako je podjetje ravnalo v preteklosti in kako so si zopet pridobili dobro ime.

Podjetjem morajo biti na prvem mestu njihovi zaposleni, vsaj tistim dobrim in uspešnim podjetnikom seveda, ostali bodo prej ali slej gotovo storili napako in podjetje ne bo več delovalo tako kot bi moralo. Ozirati pa se morajo tudi na kupce, saj se bodo njihove negativne odločitve med kupci širile hitreje kot dobre. Ravno to je doletelo Nike, saj so bili deležni ogromno kritik, ki so se širila in prišlo je tako daleč, da so morali začeti odpuščati delavce. Nike seveda ni edino podjetje, ki se je soočalo s tem, prav tako je še veliko podjetji, v katerih se kršijo temeljne pravice delavcev, vendar je Nike med tistimi, za katerega je cel svet izvedel za njihovo slabo ravnanje z delavci.

Njihov cilj je seveda bil popraviti odnose do zaposlenih, izboljšati njihove delavne pogoje in ohraniti proizvodnjo. Pridobiti so si morali tudi novo zaupanje kupcev in dokazati, da so dobro podjetje z moralnimi vrednotami, ki cenijo svoje zaposlene.

5. EMPIRIČNI DEL

V empiričnem delu sem pridobivala primarne podatke in sicer kvantitativne, opisne narave-spletna anketa (80 anketiranih). Z anketo sem hotela povprašati potrošnike, kje največkrat nakupujejo in v kolikšni meri so pozorni na izvor oblačil in obutve ("made in ..."). V populacijo sem zajela predvsem mlajše, torej študente in potrošnike srednjih let, saj se mi zdi, da v tem obdobju najbolj občutljivi nato kako smo oblečeni, kaj s svojim izgledom sporočamo svetu in koliko veljamo v družbi z določenim outfitom. Želela sem preveriti ali se kupce dotakne dejstvo, kje so naša draga oblačila narejena oziroma, če se tega sploh zavedajo. Zanimalo pa me je tudi, kaj anketirani storijo z oblačili, ki jim niso več prav ali všeč. V anketi sem zastavila 16 vprašanj z možnimi odgovori. Interpretirala bom tiste odgovore, ki se mi zdijo pomembni za moj empiričen del in kar sem si sama najbolj želela izvedeti.

- Starost

Polovica vseh anketiranih je bilo starih od 19 do 25 let, kar sem nekako tudi pričakovala, saj internetne ankete najbolj potujejo med populacijo mladostnikov. Sledila je populacija starih od 26 do 35 let, nato mladoletni, 5 jih je bilo starih več kot 46 let in 6 starih od 36 do 45 let.

- Kašen je vaš mesečni dohodek?

Najpogostejši mesečni dohodek se je gibal komaj med 200 do 500€, saj je večina anketiranih bila študentov, ki delajo preko študentskega servisa, takšnih je bilo 43 %. Tistih, ki se jim

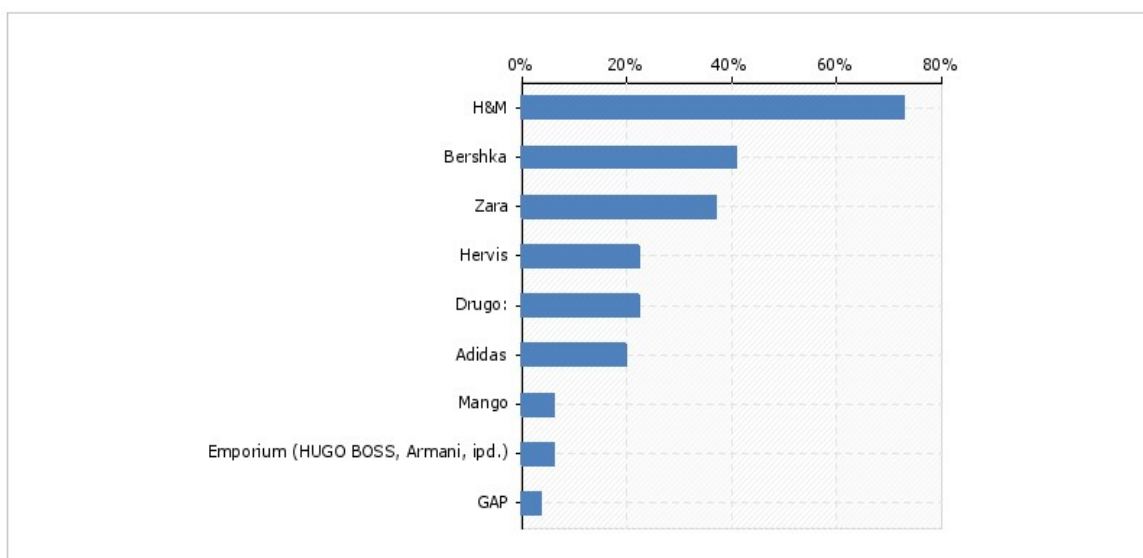
dohodek giblje med 801€ in 1.100€ je bilo 26 %. 20 % jih je imelo dohodek od 501€ do 800€, ter 7 % je imelo dohodka več kot 1.101€.

- V katerih trgovinah največkrat nakupujete oblačila?

Največ anketiranih, 73 % kupuje v H&M, sledi Bershka v kateri nakupuje 41 % anketiranih in Zara, v kateri nakupuje 37 % anketiranih.

Trgovci v teh trgovinah kupujejo oblačila iz držav, kjer jih velikokrat izdelujejo otroci ali delavci, katerim so velikokrat kršene marsikaterne pravice delavcev. Izkoriščajo bangladeške razmere in kupujejo oblačila po nizkih cenah iz njihovih tovarn (Vičič, 2013).

Tabela 3: V katerih trgovinah največkrat nakupujete oblačila?



Vir: Lastno delo.

Pustila sem tudi možnost "drugo", v kateri so se največkrat pojavili trgovini New Yorker in C&A.

- Ali vam je izvor (v kateri državi je oblačilo narejeno) pomemben?

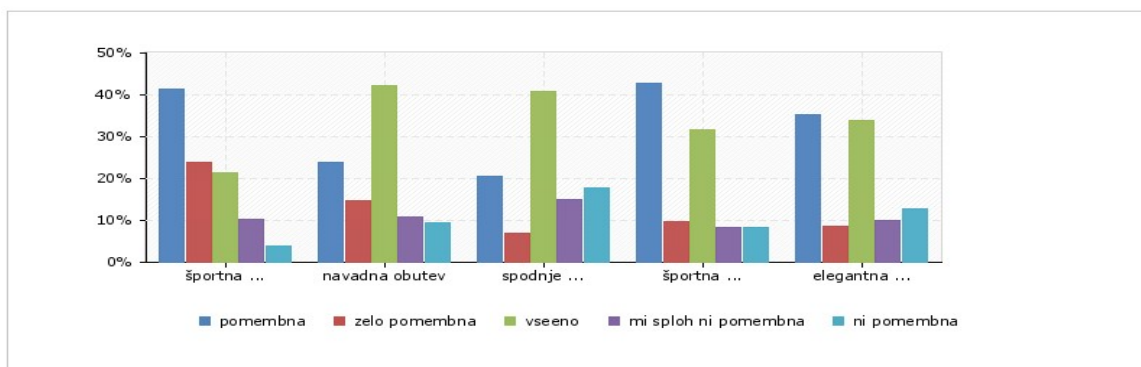
Veliko več kot polovica anketiranih, kar 85 % jim izvor oblačil ni pomemben.

- Ali kdaj preverite listek na oblačilu na katerem največkrat piše "made in china"?

56% jih je odgovorilo da redko preverijo, 22 % listek preveri in 21 % ga nikoli.

- Pomembnost znamke pri različnih vrstah oblačil/obutve.

Tabela 4: Ocenite, pri kateri vrsti oblačil ali obutve vam je znamka bolj pomembna?



Vir: Lastno delo.

Zanimalo me je pri katerih vrstah oblačil in obutve jim je znamka bolj pomembna. Največ se jih je strinjalo, da jim je znamka pomembna pri športni obutvi (41 % anketiranih) in športnih oblačilih (42 % anketiranih). Pri navadni obutvi je večini vseeno. 35 % jih je mnenja, da je znamka pomembna tudi pri elegantnih oblekah. Vseeno pa jim je prav tako za spodnje perilo (41 % anketiranih) in navadno obutev (42 % anketiranih).

- Ali kdaj med nakupovanjem pomislite, kdo izdeluje ta oblačila in za kakšno plačilo?

35 anketiranih je odgovorilo z "da včasih" in 30 z "nikoli".

- Ste že slišali izraz "sweatshop" (slo.potilnice)?

59 % anketiranih še nikoli ni slišalo za izraz sweatshop.

- Poznate Fair trade in njegov pomen?

56 % anketiranih še nikoli ni slišalo za izraz Fair trade.

- Ali bi bili pripravljeni nehati kupovati poceni azijsko robo, če bi s tem ustavili tovarne v katerih to robo izdelujejo majhni otroci za par centov?

75 % trdi, da bi bili pripravljeni nehati kupovati poceni azijska oblačila in obutev.

- Kako pomembno vam je, da so oblačila iz naravnih materialov (bombaž, volna,...)?

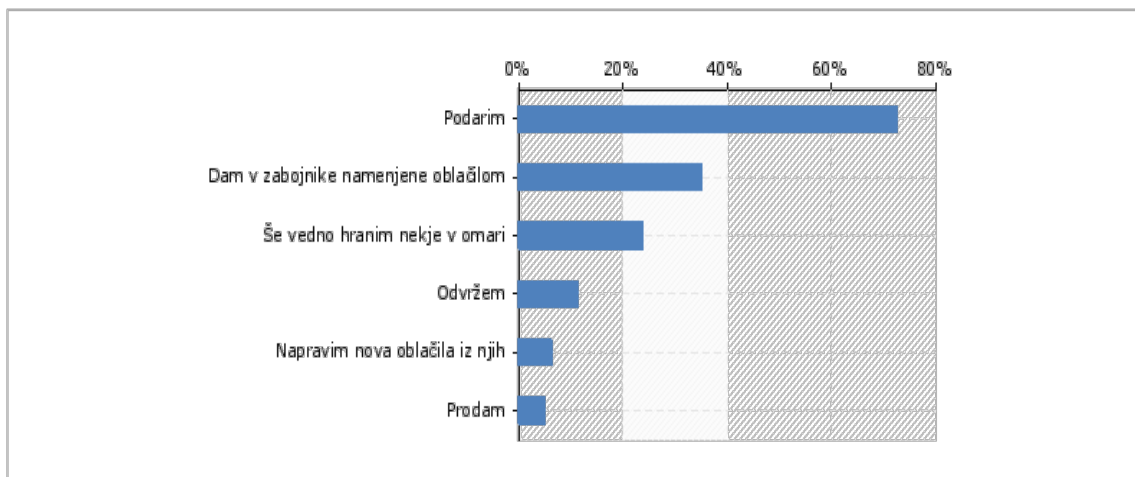
78% anketiranim je najpomembnejše, da je spodnje perilo iz naravnega materiala. Zelo pomembno pa jim je tudi, da so otroška oblačila narejena iz naravnih materialov in sicer kar 71% anketiranim.

- Ali ste kdaj iz starih oblačil napravili nove?

25 % anketiranih je že napravilo nova oblačila, 41 % jih ni in pravijo, da tudi nikoli ne bodo, 33 % pa je o tem že vsaj razmišljalo.

Z zadnjim vprašanjem sem želela izvedeti, kaj potrošniki naredijo z oblačili, ki jim niso več všeč ali prav, a so še vedno ohranjena. 72 % anketirancev je odgovorilo, da oblačila podari, sledijo tisti, ki jih dajo v zabojnike namenjene oblačilom. Tisti, ki jih še vedno hranijo v omari je 24 %, 11 % anketirancev jih odvrže, 5 % jih proda in 6 % je tistih, ki znajo biti ustvarjalni in iz njih napravijo nova oblačila.

Tabela 5: Kaj največkrat storite z oblačili, ki vam niso več všeč/prav (in so še ohranjena)?



Vir: Lastno delo.

Z odgovori anketirancev sem tako ugotovila, da so slabo seznanjeni kje in kdo izdeluje oblačila, katera se po visokih cenah prodajajo v naših najbolj obiskanih trgovinah. Anketiranim znamka dosti pomeni, zlasti pri športnih oblačilih in obutvi, vendar pa so le redko pozorni na listek ("made in ..."), kjer piše iz kje izvira oblačilo ali obutev. Pričakovala sem tudi, da jih večina ne bo poznala izraza kot so sweatshop in Fair trade in odgovori anket so to tudi dokazali. Presenetil me je podatek, da jih je kar 75 % anketiranih pripravljenih prenehati z nakupovanjem poceni azijske robe, da bi s tem preprečili izkoriščanje otroške delovne sile. Pozitivno pa sem zadovoljna z odgovorom, da jih velika večina oblačila, ki jih

ne nosi več podari ali odloži v zabojnike, ki so namenjeni oblačilom tako, da jih lahko dobijo tudi tisti ubogi, ki si jih ne morejo privoščiti.

6. SKLEP

Globalizacija je gonilo sprememb, ni nekaj kar bi nastalo čez noč in ni nekaj kar bi bilo novo ampak traja in se razvija že iz zgodovine. Širi in pogloblja dejavnosti po svetu ter nas globalno povezuje. Globalizacija bo gotovo čez nekaj let videti drugačna, tehnologija bo postajala naprednejša, želeli si bomo novih stvari, več stvari bomo znali narediti sami in postajali bomo bolj samostojni.

Z zaključno nalogo sem hotela seznaniti sebe in druge potrošnike, kaj je globalizacija in kaj je doprinesla svetu. Osredotočila sem se predvsem na vpliv negativnih posledic globalizacije na tiste neizobražene, brez sredstev in otroke. Kupcem sem hotela predstaviti kaj so potilnice, kdo izdeluje naša oblačila in obutev za katere odštejemo kar precej denarja in se družbi ponosno predstavljamo z določenimi dragimi znamkami, med tem, ko delavci dobijo nekaj centov na uro in delajo v nečloveških pogojih več ur.

V nalogo sem vključila Clean Clothes Campaign in Fair trade in z opisom le teh, sem hotela kupcem dokazati, da obstaja možnost, da bodo nekega dne izginile vse potilnice po svetu. CCC je globalno zavezništvo, ki je namenjeno izboljšanju delovnih pogojev delavcev v svetovni industriji oblačil in športa. Prizadeva si zagotoviti spoštovanje temeljnih pravic delavcev, izobraževati in mobilizirati potrošnike, ter nuditi neposredno solidarnostno podporo delavcem. Simbol Fair trade je prepoznan po celem svetu, je registrirana certifikacijska oznaka za izdelke, ki jih dobavljajo proizvajalci v državah v razvoju.

V nalogo sem vključila primer Nikove zlorabe politike ter kako se je s tem soočil. Razlog, da sem se odločila za primer Nike je, ker je znamka zelo prepoznavna, še posebej med mladimi, ki veliko kupujejo njihova oblačila in obutev. Želela sem jih seznaniti, kako je podjetje ravnalo v preteklosti in kako so si zopet prisvojili dobro ime. Zdel se mi je dober primer prakse kako so odpravili potilnice in delavcem ponovno zagotovili dobre delovne pogoje in plačilo.

Na koncu sem sestavila še anketo s katero sem hotela povprašati potrošnike, kje največkrat nakupujejo in v kolikšni meri so pozorni na izvor oblačil in obutve ("made in..."). Anketirala sem predvsem mlajše, torej študente in potrošnike srednjih let, saj se mi zdi, da v tem obdobju najbolj gledamo na to kako smo oblečeni, kaj s svojim izgledom sporočamo svetu in koliko veljamo v družbi z določenim outfitom. Želela sem preveriti, ali se kupce dotakne dejstvo, kje so naša draga oblačila narejena oziroma, če se tega sploh zavedajo.

7. LITERATURA IN VIRI

1. Almazna-Alcalde, H. (2005). *Fair Trade Labelling Organizations International (FLO Int)*. Pridobljeno 20. maja 2018 iz http://vinculando.org/comerciojusto/fair_trade/flo_international.html
2. Bain, M. (2017). *Nike is facing a new wave of anti-sweatshop protests*. Quartz. Pridobljeno 1. avgusta 2018 iz <https://qz.com/1042298/nike-is-facing-a-new-wave-of-anti-sweatshop-protests/>
3. Bandelli, M. (2014). *Globalizacija – kaj je in kako vpliva na gospodarstvo*. Zaveznitvo socialno—liberalnih demokratov. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <http://www.markobandelli.si/sl/content/globalizacija-kaj-je-kako-vpliva-na-gospodarstvo>
4. Bullert, J. (1999). *Strategic Public Relations, Sweatshops, and the Making of a Global Movement*. The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy
5. Bunting, M. (2011). *Sweatshops are still supplying high street brands*. The Guardian. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://www.theguardian.com/global-development/poverty-matters/2011/apr/28/sweatshops-supplying-high-street-brands>
6. Clean Clothes Campaign. (2014). *Stitched up: Poverty wages for garment workers in eastern Europe and Turkey* (str. 26). Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2842&context=globaldocs>
7. Clean Clothes Campaign. (2016). *What we believe in*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://cleanclothes.org/about/principles>
8. Clean Clothes Campaign. (2018). *Who we are*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://cleanclothes.org/about/who-we-are>
9. Cornell University ILR School, (2005). *Child Labour in Asia*. International Labour Organization.
10. Evropska komisija. (2017). *Razmislek o izkoriščanju globalizacije*. Pridobljeno 1. junija 2018 iz https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/reflection-paper-globalisation_sl.pdf
11. Fairtrade Foundation. (2018). *The core of trade fairtrade mark*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade/Using-the-FAIRTRADE-Mark>
12. Humanitas. (2016). *Kaj je pravična trgovina*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <http://www.humanitas.si/?subpageid=27>
13. ILO. (2017a). *Child labour*. Pridobljeno 20. april 2018 iz <http://www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang--en/index.htm>
14. ILO. (2017b). *Global Estimates of Child Labour: Results and trends 2012-2016*. Pridobljeno 20. april 2018 iz http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_575499.pdf
15. INTHISTIME (2016). *Jeff Ballinger* Pridobljeno 5. maja 2018 iz <http://inthesetimes.com/community/profile/32487>
16. Kirn, A. (2013). *Globalizacija v dobro ali zlo?* Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti.
17. Martin, H. (1997). *Pasti globalizacije*. Ljubljana: Co Libri.

18. NIKE NEWS. (2017). *Nike and Georgetown Establish New Licensing Agreement, Advance Efforts to Support Workers' Rights*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://news.nike.com/news/nike-labor-protocol>
19. NIKE Shop, d.o.o. (brez datuma). *Zgodovina znamke*. Pridobljeno 20. aprila 2018 iz <https://sites.google.com/site/nikeshopdoo/zgodovina>
20. Nisen, M. (2013). *How Nike Solved Its Sweatshop Problem*. Business insider.
21. Prašnikar, J. & Cirman, A. (2005). *Globalno gospodarstvo in kulturna različnost*. Časnik *Finance*.
22. Prijatelj, M. (2011). *Poceni oblačilo narejeno v suženjskih razmerah*. *DELO*.
23. SURS. (2017). *Tridimenzionalni fenomen globalizacije – od svilne ceste do mednarodnega trga*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/6605>
24. Svetličič, M. (2004). *Globalizacija in neenakomeren razvoj v svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede
25. Svetlik, I. (2014). *Globalizacija, gospodarska in socialna kriza*. Teorija in praksa. Pridobljeno 5. maja 2018 iz http://dk.fdv.uni-lj.si/db/pdfs/TiP2014_P_Svetlik.pdf
26. Vičič, D. (2013). *Pet evrov dolga ali odrešenja? Mladina*
27. Vreg, F. (2001). *Globalizacija in elektronska demokracija*. Teorija in praksa.
28. WFTO. (2017). *10 Principles of Fair Trade*. Pridobljeno 5. maja 2018 iz <https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>
29. White, B. (1996). *Globalization and the child labour problem (str. 6)*. Institute of social studies.

PRILOGA

Priloga 1: Anketa

Anketa

Sem Vesna Leskovšek, študentka Ekonomske fakultete. V svoji zaključni nalogi pišem o negativnih učinkih globalizacije in sicer na primeru "sweatshop", slovensko - potilnice.

Prosila bi vas, če bi si lahko vzeli nekaj minutk in rešili anketo na temo vaših nakupnih navad, kje kupujete in koliko vam pomeni znamka oblačil in obutve.

1. Spol
 - a) Ženska
 - b) Moški

2. Starost
 - a) do 18 let
 - b) 19 let do 25 let
 - c) 26 let do 35 let
 - d) 36 let do 45 let
 - e) 46 let in več

3. Kakšen je vaš mesečni dohodek?
 - a) 200€ do 500€
 - b) 501€ do 800€
 - c) 801€ do 1.100€
 - d) 1.101€ in več

4. Koliko približno potrošite, ko greste nakupovat oblačila ali obutev?
 - a) Do 50€
 - b) 51€ do 150€
 - c) 151€ in 250
 - d) 251€ in več

5. V katerih trgovinah največkrat nakupujete oblačila? (možnih več odgovorov)
 - a) Zara
 - b) H&M
 - c) Bershka
 - d) Mango
 - e) Emporium
 - f) Adidas

- g) GAP
- h) Hervis
- i) Drugo: _____

6. Ali kdaj kupujete oblačila preko spletnih strani kot so npr. Ebay, AliExpress?

- a) Ja, velikokrat
- b) Včasih
- c) Nikoli

7. Ali vam je izvor (v kateri državi je narejeno oblačilo) pomemben?

- a) Ja
- b) Ne

8. Ali kdaj preverite listek na oblačilu na katerem največkrat piše "made in china"?

- a) Nikoli
- b) Včasih
- c) Vedno

10. Od 1 do 5 ocenite, pri kateri vrsti oblačil ali obutve vam je znamka bolj pomembna?
(1-mi sploh ni pomembna, 5-mi je zelo pomembna)

- športna obutev 1 2 3 4 5
- navadna obutev 1 2 3 4 5
- spodnje perilo 1 2 3 4 5
- športna oblačila 1 2 3 4 5
- elegantna oblačila 1 2 3 4 5

11. Ste že slišala izraz "sweatshop" (slo.potilnice)?

- a) Ja
- b) Ja, vendar ne vem pomena
- c) Ne

12. Poznate Fair trade in njegov pomen?

- a) Ja
- b) Sem že slišal/a, vendar ne vem pomena
- c) Ne

13. Ali kdaj med nakupovanjem pomislite, kdo izdeluje ta oblačila in za kakšno plačilo?

- a) Ja
- b) Ne

c) Včasih

14. Ali bi bili pripravljeni nehati kupovati poceni azijsko robo, če bi s tem ustavili tovarne v katerih to robo izdelujejo majhni otroci za par centov?

- a) Ja
- b) Ne

15. Kako pomembno vam je, da so oblačila iz naravnih materialov (bombaž, volna,...)?
1-pomembno, 2-vseeno, 3-nepomembno

Spodnje perilo	1	2	3
Vrhnja oblačila	1	2	3
Otroška oblačila (samo za starše)	1	2	3

16. Ali ste kdaj iz starih oblačil napravili nova?

- a) Ja
- b) Ne

17. Kaj največkrat storite z oblačili, ki vam niso več všeč/prav (in so še ohranjena)?

- a) Odvržem
- b) Podarim (Karitas, prijateljem, sorodnikom)
- c) Še vedno hranim nekje v omari
- d) Dam v zabojnike
- e) Prodam
- f) Napravim nova oblačila iz njih