

TLAČÍ VÁS BOTA?

Přehled světové produkce obuvi



O našich botách

Obuvnický průmysl ekonomicky kontinuálně roste. Tento trend je výsledkem působení několika faktorů, mezi které patří kupříkladu zvyšující se poptávka spotřebitelů v Evropě a v USA a také rostoucí poptávka v producentských zemích, například v Číně nebo Indii. Obuv navíc již není považována pouze za funkční součást oděvu, spíše si ji čím dál tím častěji kupujeme jako módní doplněk. Obuv se tak stává součástí módních trendů dané sezóny, což také ovlivňuje zvýšenou poptávku po ní.

Podobně jako v oděvním průmyslu se i dodavatelský řetězec v případě obuvi od 70. let 20. století výrazně globalizuje. Produkce bot v Evropě se snižuje¹, přičemž výroba se obvykle přesunuje do takzvaných nízkopříjmových zemí. Důvodem je náročnost výroby obuvi, především v její počáteční fázi. Některé dílčí úkony, například šití svrchní části boty², jsou stále prováděny výhradně manuálně, často domácími pracovníky. V prostředí neregulovaného pracovního trhu, například v Indii, patří domácí pracovníci velmi často mezi ty nejzranitelnější skupiny lidí, které jsou vystaveny nejisté práci bez záruk, nízkým mzdám a nebezpečným pracovním podmínkám.

Tento informační materiál poskytuje stručný přehled světové produkce obuvi, jejích závažných dopadů na lidská práva, zdraví dělníků a dělnic a na životní prostředí a rovněž návrh změn, které je třeba bezodkladně učinit.

1 S výjimkou Rumunska. ILO, 2014, str. 5: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_300463.pdf.

2 Svrchní část boty zahrnuje všechny její součásti, které se nacházejí nad podrážkou, <http://allaboutshoes-toeslayer.blogspot.co.uk/2009/10/anatomy-of-shoe-according-to-mcphoil.html>.



Světová výroba obuvi – fakta a čísla

V roce 2014 bylo na celém světě vyrobeno více než 24,4 miliardy párů bot³, což znamená více než tři páry bot ročně na každého člověka na zemi.⁴ Přibližně 40 % celosvětové produkce bot se prodá v Evropě, následuje Čína a USA. V souvislosti s individuální spotřebou bot je na prvním místě USA s průměrem 7 zakoupených párů bot na osobu za rok. Dále následuje Německo, Japonsko a Velká Británie s průměrem 5 párů bot na člověka za rok.⁵

Celkem 88 % světové produkce bot pochází z Asie. Zdaleka největší producentskou zemí je Čína, kde se v roce 2014 vyrobilo asi 14,6 miliardy párů bot, následuje Indie, Brazílie, Vietnam a Indonésie. Itálie, největší evropský výrobce bot, se mezi největšími producentskými zeměmi řadí na 10. místo⁶. Počet evropských obuvnických firem se stále snižuje a výroba se přesunuje do zemí s nižšími nároky na mzdy i dodržování pracovních podmínek.⁷

Celkově je největším vývozcem obuvi Asie, zatímco Evropa je jejím hlavním dovozcem.⁸ Obuv vyrobená v Evropě je distribuována především v rámci kontinentu samotného. Jen velmi malá část evropské produkce je exportována na jiné kontinenty.

Světová průměrná vývozní cena⁹ obuvi se v posledních letech stále zvyšuje,

především kvůli rostoucí ceně výroby¹⁰.

V nejvýznamnějších exportních regionech v Asii a v Evropě se však ceny dramaticky liší. V roce 2013 byla například průměrná vývozní cena obuvi v Číně 3,45 eura za pár bot, zatímco v Německu dosáhla průměrná vývozní cena hodnoty 17,97 eura.¹¹

3 Nejnovější údaje z roku 2014 ve World Footwear Yearbook 2014, www.worldfootwear.com.

4 Na základě výpočtu: 24,4 miliardy párů bot děleno 7,362 miliardy světové populace.

5 Na základě výpočtu: počet prodaných bot děleno počtem obyvatel dané země.

6 World Footwear Yearbook 2014: str. 5.

7 Evropská komise, 2015: http://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/footwear/eu-industry/index_en.htm.

8 <http://www.shoepassion.de/blog/statistiken-der-schuhwirtschaft-europa-ist-groester-schuhimporteur>.

9 Vývozní cena je cena, která se platí za jeden pár bot při jejich vývozu.

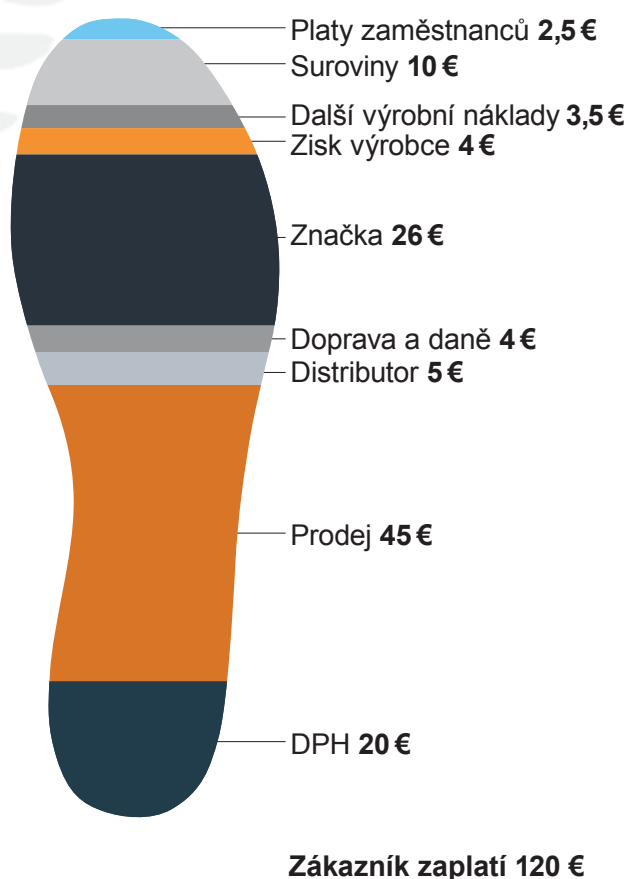
10 Vyšší výrobní cena je způsobena zvýšením cen surovin, jako například surové kůže pro výrobu kožených bot, a mírným nárůstem mezd.

11 World Footwear Yearbook 2014: str. 8–9.



Následující ilustrace přehledně znázorňuje rozklad ceny jednoho páru tenisek a vliv marže maloobchodníků na konečnou cenu.

Značková firma koupila jeden pár tenisek od výrobce za 20 eur. Pak tenisky prodala distributorovi za 50 eur. Poté byly tenisky za 55 eur prodány maloobchodníkovi. V obchodě si je nakonec zákazník koupil za 120 eur.



Analýza ceny páru tenisek vyrobených v Indonésii

Zdroj: Zpracováno¹² na základě výpočtů CCC 2013¹³.

Z analýzy rozložení ceny tenisek vyrobených v Indonésii jasně vyplývá, že značky a prodejci profitují z vysoce nastavených marží. Pracovníkům, kteří boty vyrábějí, ale bohužel nepřipadne spravedlivý podíl ze zisku.

Mzda pracovníků ve výsledku činí jen o málo více než 2 % konečné ceny, zatímco asi čtvrtina ceny připadne značce a třetina prodejci.

12 Hodnoty vycházejí z přepočtu analýzy rozdělení zisku z páru tenisek vypracované organizací Clean Clothes Campaign (CCC), přičemž jsou brány v potaz různé faktory a rovněž zvýšení nákladů na výrobu bot, ke kterému došlo v posledních letech. Tyto výpočty byly provedeny v rámci diplomové práce na fakultě ekonomie a sociálních studií Univerzity v Hohenheimu. University Hohenheim, 2013: Tracing the Geography of Value Capture / Global Commodity Chain in the Sport Equipment / Sport Shoe Industry.

13 CCC, 2013: <http://www.cleanclothes.org/img/PriceMarkUpShoe.jpg/view>.



Příběh boty: od návrhu po regál

Dodavatelský řetězec obuvi můžeme zhruba rozdělit do těchto tří částí: koncept a design; výroba; prodej.¹⁴ Je důležité poznamenat, že charakteristiky jednotlivých dodavatelských řetězců se mohou podle modelu bot významně lišit. Proto se pak může významně lišit i cena bot, mzda dělníků a jejich pracovní podmínky.

1. Koncept a design

První krok výrobního procesu je zajišťován značkovou firmou a spočívá hlavně ve výzkumu a vývoji. Produktový manažer zahajuje proces vývoje boty přibližně 18 měsíců před jejím uvedením na trh. Pokud je bota součástí světové marketingové kampaně, může být vývojový proces zahájen až 24 měsíců před jejím uvedením na trh. Výběr místa pro výrobu boty do značné míry závisí na použitých materiálech, které se určí po prvním návrhu produktu. Poté designéři takový návrh zpřesňují a značková firma si objednává první vzorek u dodavatele.

2. Výroba

Výroba obuvi může být rozdělena do dvou hlavních fází: zpracování surového materiálu, například kůže, a pak vlastní výroba bot, která spočívá ve stříhání, šití a lepení různých částí boty.

První fáze výroby bot zahrnuje velký počet kroků náročných na práci, jež se mohou lišit

v závislosti na zpracovávaných materiálech. Kožedělný proces sestává z mnoha přípravných kroků, včetně činění, ždímání, sušení, mazání a konečných úprav. U 85 % objemu světové produkce kožené obuvi se při kožedělném procesu používá chrom, jehož využití však bývá velice problematické, neboť bezpečnostní a zdravotní předpisy jsou v mnoha koželužnách po celém světě ignorovány. Rizika spojená s použitím chromu¹⁵ zahrnují závažná onemocnění, viz níže.

¹⁴ Jako čtvrtou významnou součástí produkce obuvi bychom mohli jmenovat dopravu a logistiku. V rámci dopravy a podmínek doručení zboží mezi dodavatelem a doručovací společností existuje komplexní a netransparentní síť obchodních vztahů, peněžních toků a platebních podmínek, které se u každých bot liší. Tento článek dodavatelského řetězce zde necháváme stranou.

¹⁵ Při zpracování kůže se běžně používají chemikálie, z nichž nejnebezpečnější je tzv. trojvazný chrom. Ten může, pokud není proces dobře kontrolovaný, oxidovat na šestivazný chrom, vysoce toxický pro lidi i životní prostředí. Asi 80–90 % kůže je zpracováno za použití chromu, protože takto vyčíněná kůže je většinou levnější než jiná varianta. Šestivazný chrom je považovaný za karcinogenní. Riziko vzniku rakoviny se zvyšuje s množstvím šestivazného chromu, který člověk vdechuje, a s délkou vystavení. Zároveň přímý kontakt očí s kyselinou chromovou nebo prachem s chromem může způsobit trvalé poškození oka. Šestivazný chrom dráždí nos, hrdlo i plíce, způsobuje astma. Vzhledem k nedostatku ochranných pomůcek pracovníci také obvykle trpí různými záněty kůže a kožními vředy.

Foto: SÜDWIND / Regina Webhofer & Christina Schröder



Naga Bai, 65 let, domácí pracovnice – šička
Místo: Amburský region, Indie

Naga Bai šije boty doma více než 20 let. Každé ráno dostává od zprostředkovatele svrchní část boty, které pak sešívá po celý den. Večer si od ní zprostředkovatel převezme její celodenní práci a za každý sešitý pár bot jí zaplatí pouhých 14 centů. Za den sešije Naga maximálně 10 párů bot,

což pro ni znamená denní příjem pohybující se kolem 1,5 eura. To ani zdaleka nestačí na její obživu – kilogram rýže stojí až 60 centů. Kvůli svému postavení domácí pracovnice nemá Naga Bai nárok na žádné zaměstnanecké výhody, jako jsou například penze nebo zdravotní pojištění.

Proces výroby bot ze surového materiálu můžeme zjednodušeně rozdělit na dva odlišné typy práce. Na jedné straně stojí mechanizovaný výrobní proces, který probíhá v továrnách. Na straně druhé je pak proces vysoce náročný na pracovní sílu, vyžadující přesnou ruční práci s každou botou, jenž je často zajišťován domácími pracovníky. V mnoha případech bývají boty vyráběny v továrnách, přičemž jeden stupeň výroby, například sešívání svrchní části boty, je zadáván domácím pracovníkům.

K výrobě jedné boty je obvykle zapotřebí velké množství rozdílných pracovních procesů. Například jedna teniska (model Gel Kayano, Asics) může obsahovat 26 druhů materiálu a 65 jednotlivých komponent. Její výroba pak vyžaduje kolem 360 výrobních kroků.¹⁶

¹⁶ Cheah et al. 2013: Manufacturing-focused emissions reductions in footwear production, Journal of Cleaner Production, Vol. 44, S. 20.



3. Prodej

Na konci výrobního řetězce stojí různí obchodníci, pobočky a obchody, v nichž se boty prodávají veřejnosti.

Poprvé je bota prezentována obchodníkům šest až devět měsíců před jejím uvedením na trh na prezentacích určených pro velkoobchodní zákazníky. Boty jsou objednávané od výrobce pouze ve velkých objemech, což znamená, že objednávky od obchodníků musejí přesáhnout určitou hraniční hodnotu. Velký časový tlak na pracovníky ve výrobě může často záviset na tom, kdy jsou objednávky přijaty.

Jak znázorňuje ilustrace výše, významná část konečné prodejní ceny závisí na obchodníkovi. Proto stále větší počet značkových firem investuje do vlastních obchodních struktur a prodejních míst. Zhruba dvě třetiny konečné prodejní ceny získávají ty obchodní společnosti, které vyrábějí a zároveň

i prodávají vlastní značkovou obuv – jako například Deichmann nebo Baťa.

Výroba bot má závažné důsledky

Podobně jako v oděvním průmyslu dochází i při výrobě obuvi zcela běžně k porušování lidských práv.

V producentských zemích často nedosahuje mzda pracovníků ani minimální výše, která je dána zákonem, přičemž nemůžeme ani zdaleka mluvit o mzdě, ze které by se pracující důstojně uživil.

Práce spojená s výrobou obuvi je riziková, a to především v koželužnách. Zanedbání bezpečnostních standardů, které je velice běžné, může mít fatální následky. Například 15. ledna 2015 zemřelo v indické koželužně v Tamil Nadu devět pracovníků a jeden dozorce poté, co se v noci, když dělníci spali, zřítíla stěna sousední čistírny odpadních vod a zalila je vysoce toxickým bahnem.¹⁷ Pozdější testy uniklé kapaliny prokázaly, že obsahovala chrom a také mnoho dalších nebezpečných látek.¹⁸

Vedle chronického porušování práv pracovníků, jež je tomuto odvětví vlastní, má výroba obuvi také dalekosáhlé následky pro životní prostředí. Výroba kožených bot je velmi náročná na zdroje půdy a vody. Odhaduje se, že v roce 2015 může být pro výrobu jednoho páru kožených kozaček zapotřebí až 25 000 litrů vody a 50 čtverečních metrů půdy.¹⁹

17 The Indian Express, 2015: http://www.newindianexpress.com/states/tamil_nadu/10-Workers-Die-as-Effluent-Tank-Explodes-in-Ranipet/2015/02/01/article2646963.ece.

18 The Hindu, 2015: http://www.thehindu.com/news/national/tamil-nadu/ranipet-tannery-tragedy-safety-trapped-in-negligence/article6844997.ece?utm_source=MostCommented&utm_medium=Homepage&utm_campaign=WidgetPromo.

19 Zásadním faktorem pro kalkulaci zabírání půdy je chov zvířat, který se na daném čísle podílí až 86 %. Také většina spotřebované vody padne na pěstování krmiva pro dobytek a chov dobytka. Friends of the Earth, 2015, strany 11–14: <https://www.foe.co.uk/sites/default/files/downloads/mind-your-step-report-76803.pdf>.

Co je třeba změnit

Globalizace obchodu s obuví má za následek přesunutí výroby do zemí, kde jsou nízké mzdy a špatné pracovní podmínky naprosto běžné. Firmy i političtí představitelé jsou zodpovědní za zlepšení pracovních podmínek. To mimo jiné znamená, že dělníci by měli být schopni pokrýt z mezd vlastní životní náklady a zajistit rodinu a rovněž že se kůže nebude zpracovávat s použitím chromu. Nezbytné je také zlepšit nebezpečné pracovní podmínky v továrnách a v domácích dílnách.

Dále musejí firmy a političtí představitelé aktivně přispět ke zvyšování transparentnosti dodavatelského řetězce v rámci celého obuvnického průmyslu, od prvních stadií výroby, například zpracování kůže, až po poslední fáze, kdy jsou boty prodávány veřejnosti. My všichni máme právo vědět, jak jsou naše boty vyráběny. Jinými slovy, máme právo znát pracovní podmínky v koželužnách a v továrnách a být si jisti, že pracovníci dostávají důstojnou mzdu. Výroba našich bot nesmí mít dalekosáhlé a potenciálně nezvratitelné negativní následky pro životní prostředí a zdraví lidí.

Je naprosto nezbytné, aby všichni účastníci obchodu v zemích, kam se boty dovážejí – včetně značek, vlád a spotřebitelů, přijali svoji zodpovědnost a zajistili udržitelný obuvnický průmysl, který zabezpečuje dělníkům spravedlivé, bezpečné a lidské pracovní podmínky.

Kampaň „Obuj se do toho“ se zaměřuje na zlepšování pracovních podmínek v rámci obuvnického průmyslu. Činíme tak společně s 15 evropskými a třemi asijskými organizacemi, které se zabývají dodržováním lidských práv při výrobě zboží. Společně chceme zvyšovat povědomí spotřebitelů, podněcovat změny zákonů a posílit odpovědnost firem v oblasti pracovních podmínek.

Bližší informace: www.obujsedotoho.cz

Editoři: Anton Pieper, Anna Lazorová, Petr Mareš

Překlad: Martina Čáslavská

Sazba a grafická úprava: Denisa Kuimcidis

Jazyková korektura: Lucie Krejčí

Vydalo NaZemi v roce 2015.

ISBN 978-80-905409-8-9



ČESKÁ REPUBLIKA
POMÁHÁ

Tento dokument byl vytvořen s finanční podporou Evropské unie a Ministerstva zahraničních věcí ČR. Obsah dokumentu je zcela na odpovědnosti NaZemi a jako takový nemůže být považován za stanovisko Evropské unie.



2015
Evropský rok
pro rozvoj

náš svět
naše důstojnost
naše budoucnost

