

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 návrh změn, které je třeba bezodkladně učinit.

1 S výjimkou Rumunska. ILO, 2014, str. 5: http://www.ilo.org/wcmstp5/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 2013 bylo na celém světě vyrobeno více než 22 miliard párů bot³, což znamená tři páry bot ročně na každého člověka na zemi.⁴ Většina celosvětové produkce bot, přibližně 40 %, 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 člověka za rok. Dále následuje Německo, Japonsko a Velká Británie s průměrem 5 párů bot na člověka za rok.⁵

Celkem 87 % světové produkce bot pochází z Asie. Zdaleka největší producentskou zemí je Čína, kde se v roce 2014 vyrobilo asi 14,6 miliard párů bot, následuje Indie, Brazílie, Vietnam a Indonésie. Itálie, největší výrobce bot v Evropě, se mezi největšími producentskými zeměmi řadí na 10. místo⁶. Počet firem vyrábějících v Evropě 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 další 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 2013 ve World Footwear Yearbook 2014: str. 5, www.worldfootwear.com.

4 Na základě výpočtu: 22 miliard párů bot děleno 7,278 miliardy světové populace.

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

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 prodaných při jejich vývozu.

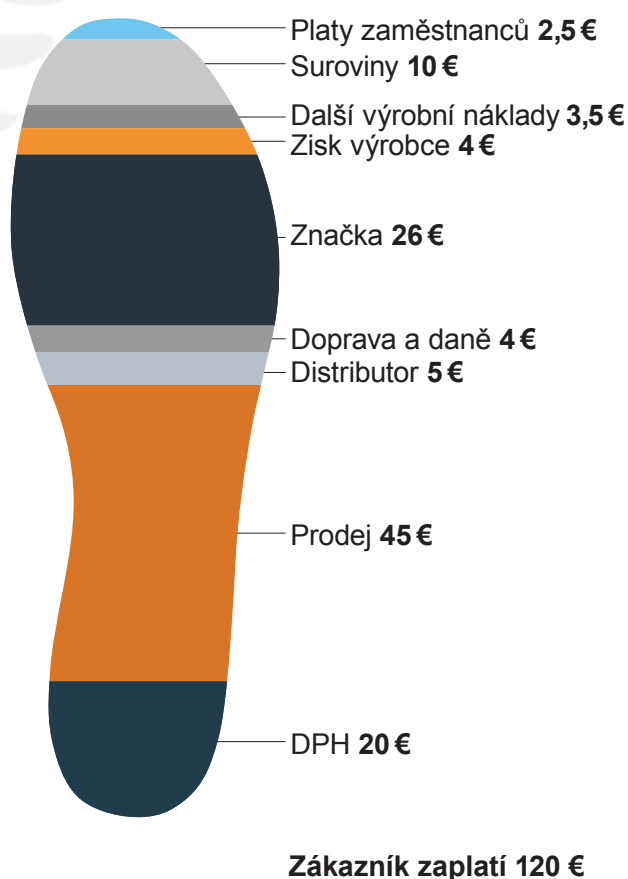
10 Vyšší výrobní cena je způsobena zvýšením cen surovin, jako například surové kůže pro výrobu kožených bot, a mírným nárůstem mezd.

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 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 3 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 zahrnuje 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 chromu zahrnují závažná onemocnění, viz níže.

Proces výroby bot ze surového materiálu můžeme zhruba rozdělit do dvou odlišných typů 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.¹⁵



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 části 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 je například penze nebo zdravotní pojištění.

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 objednávány od výrobce pouze ve velkých objemech, což

znamená, že objednávky od obchodníků musí 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 daná zákonem, přičemž nemůžeme ani zdaleka mluvit o mzdě, ze které by se pracující důstojně užívali.

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, zřítla stěna sousední čistírny odpadních vod

a zalila je vysoce toxickým bahnem.¹⁶ Pozdější testy uniklé kapaliny prokázaly, že obsahovala chrom a také mnoho dalších nebezpečných látek.¹⁷

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.¹⁸

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 spotřebitelů, přijali svoji zodpovědnost a zajistili udržitelný obuvnický průmysl, který zabezpečuje svým dělníkům spravedlivé, bezpečné a lidské pracovní podmínky.

14 Jako čtvrtou významnou součást 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 Cheah et al. 2013: Manufacturing-focused emissions reductions in footwear production, Journal of Cleaner Production, Vol. 44, S. 20.

16 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.

17 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.

18 Friends of the Earth, 2015, strany 11-14: <https://www.foe.co.uk/sites/default/files/downloads/mind-your-step-report-76803.pdf>.

Bližší informace: www.obujsedotoho.cz

Editoři: Anton Pieper, Anna Lazorová, Petr Mareš

Překlad: Martina Čáslavská

Sazba a grafická úprava: Denisa Kuimcidis

Vydalo NaZemi v roce 2015.

ISBN 978-80-905409-8-9



Tento dokument byl vytvořen s finanční podporou Evropské unie. 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

