

CAPITALISMUL DE PRADĂ - O PROBLEMĂ ACTUALĂ? **H&M: MADE IN ROMANIA**

MIHĂILĂ OANA-MĂDĂLINA

Una din cele mai importante și, totodată, actuale ramuri ale sociologiei este sociologia economică. Mulți specialiști preocupați de această ramură, printre care și români, au enunțat teorii ce stau la baza formării statului bunăstării, explicând importanța politicilor sociale în structura statului bunăstării. Nu poți avea bunăstare fără justiție socială, iar generatorul principal al justiției sociale sunt politicile sociale. Așadar, o politică socială ineficientă generează in justiție socială și, prin aceasta, dezechilibru caracterizat prin șomaj, sărăcie și excluziune socială.

Motivul din spatele acestei lucrări se bazează pe o preocupare personală referitoare la înțelegerea sistemului economic din România. Având în vedere tiparul societății contemporane, care se confruntă cu probleme încă nerezolvate din timpul comunismului (de exemplu: fabrici care, fiind naționalizate, au dat faliment odată cu prăbușirea regimului) ori noi probleme cauzate, de pildă, de criza financiară din 2008 (șomajul crescut, incapacitatea de plată), par a fi vitale pentru mine, atât ca cetățean român și european, cât și ca viitor sociolog, să identific sursa acestor fenomene de natură economică și să încerc să înțeleg și să analizez deciziile luate de stat pentru îmbunătățirea economiei în funcție de contextul dat.

Tema lucrării se referă la capitalismul din România. Voi încerca să identific problemele structurale din sistemul economic românesc vis-a-vis de producția internă și modul în care capitalismul, în România, poate căpăta formă "de pradă". Mă voi axa pe industria textilă și voi încerca să realizez un mic studiu de caz pe fabrica „Romanița” din Caracal, principalul fabricant al produselor H&M, orientându-mi atenția pe ideea de sistem lohn, salariu, PIB și PNB. Voi menționa, de asemenea, și alte exemple de fabrici românești din industria textilă ce se află în situații similare cu aceasta.

Când discutăm despre politici sociale în România, nu putem să trecem peste faptul că România a fost supusă unei puternice descentralizări în urma schimbării regimului. Tranziția de la comunism la democrație a avut drept consecință, printre altele, o serie de politici sociale "reparatorii", destinate să reumple golurile produse de sistemul comunist, iar mai apoi să creeze cadrul legislativ pentru implementarea unor politici sociale ce pregăteau România pentru tranziția la economia de piață (Zamfir apud Preda, 2002, pp-117-119).

O politică devastatoare pentru economia românească a fost privatizarea. Multe din fostele fabrici de confecții textile din perioada comunismului au ajuns ruine. Producătorii Pro Tv, în cadrul reportajului „România, te iubesc!”, au realizat câteva investigații la fabrica de confecții „Romanița” din Caracal, fabrică ce a reușit să reziste pe piață de-a lungul timpului.

Fabrica „Romanița” este una dintre puținele fabrici unde directorul ei din perioada comunistă a reușit să devină acționar și să îi mențină activitatea (ProTV, 2012), supraviețuind, chiar, și în urma crizei din 2008. Singura problemă este faptul că, odată cu prăbușirea sistemului comunism, a încetat și cererea, fabrica producând, în acea vreme, confecții pentru piața URSS. Fără buget pentru investiții, fără designeri, marketing și cerere, „Romanița” era pe cale de a da faliment. Norocul și, totodată, neșansa lor a fost de a primi cerere din partea suedezilor de la H&M, care au intrat pe piața românească de producție prin sistemul lohn. (Ibidem).

Sistemul de producție lohn se referă, în mare, la un tip de contractare bazat pe o relație de tipul următor: contractantul, H&M în cazul de față, creează cerere de producție pentru fabrica „Romanița”, investește în re tehnologizarea ei pentru eficientizarea muncii și oferă lucrătorilor atât designul, cât și materia primă folosită în confecție.

Procesul este următorul: „Romanița” produce câteva zeci de exemplare (mostre), le trimite în Suedia și așteaptă răspuns. Acela este unicul moment în care, pe articolul vestimentar, apare etichetă conținând numele fabricii. Dacă raportul calitate (cusătură de calitate) -preț (mâna de lucru ieftină)- termen de livrare (eficiență și maximizare a profitului, precum spunea George Ritzer în cartea sa, „*Mcdonaldizarea societății*”), obține scorul cel mai înalt, atunci „Romanița” va fi producătorul următoarei colecții „H&M”. Din nevoie de maximizare a producției, dar și din lipsa de angajați, (femeile plecând, de nevoie, la muncă în străinătate)¹, fabrica a creat posturi și pentru bărbați, aducând astfel un avantaj pentru șomerii de sex masculin din zonă, față de alte fabrici din industria ușoară.

Cum de acest fenomen este posibil în România? O explicație ar putea fi că România este, conform Reuters, ” a doua cea mai săracă țară membră a UE, cu un salariu mediu de 450 de dolari”(Reuters, 2012), cu șomaj crescut ca efect al crizei economice și nevoia individului de a supraviețui.

1 „Romania, a doua cea mai săracă țară membră a UE, cu un salariu mediu de 450 de dolari, este unul din statele cel mai grav afectate de fenomenul migrației, populația scăzând aici cu 12% într-un deceniu, potrivit datelor statistice”. Florescu, Raluca. (2012). *Reuters: Sărăcia din Europa de Est, inclusiv România, a condus la un exod masiv*. Disponibil la: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/reuters-saracia-din-europa-de-est-inclusiv-romania-a-condus-la-un-exod-masiv-974155.html> . Accesat la data de: 13.05.2012

Avantajul acestui sistemului lohn este că piața este alimentată cu locuri de muncă, scăzând rata șomajului și a sărăciei induse de lipsa unui loc de muncă (care atrage după sine lipsa capitalului economic necesar de a duce un trai decent și de a avea acces la studii pe termen lung). Dezavantajul care, în opinia mea, cântărește mai mult decât avantajul, este unul ce se ramifică în mai multe direcții.

1. Muncitorii (și fabrica), fiind la mâna contractantului (H&M, în cazul „Romanița”), oferă mână de lucru ieftină pentru a atrage investiția. Dacă oferta nu e suficient de avantajoasă (și, implicit, foarte mică), H&M se poate retrage oricând într-o țară mai săracă, cu mână de lucru mai ieftină, unde indivizii sunt dispuși să lucreze pe sume foarte mici astfel încât să poată să își asigure un venit de subsistență. Făcând acest lucru, fabrica rămâne fără cerere și intră în incapacitate de lucru care, ulterior, duce la faliment și la sute de indivizi fără loc de muncă.

Conform Eurostat, în 2011, prețul mediu brut pe ora de lucru era de 4,2 euro în România, pe când în Suedia era de 39,1 euro pe oră, iar în Bulgaria, cel mai mic, 3,5 euro pe oră. (Protv apud Eurostat, 2012). Așadar, suedezii pot pleca oricând, de exemplu, în Bulgaria.

2. Muncitorii exportă doar muncă brută, nu și valoare adăugată (Protv, 2012). Lohn-ul nu le oferă șansa de a produce bunuri românești spre export, ci îi subjugă „giganților” din lumea modei. Neavând bugetul necesar pentru o investiție proprie, nu au nici o șansă să concureze cu asemenea firme. Un român va prefera să cumpere o haină „de firmă” la 100 de lei decât un produs românesc ce nu poartă etichetă „Nike” sau „H&M” la același preț. Statul, neformulând politici sociale eficiente pentru a stopa efectul lohn, lasă fabricile precum „Romanița” la clemența contractantului.

Salariul unui angajat din fabrica Romanița este de 800 de lei, incluzând bonuri de masă, directoarea fabricii mărturisind că posturile din industria textilă sunt cel mai prost plătite, majoritatea nedepășind 1000 de lei lunar. (Protv, 2012).

Cum poate fi explicat acest sistem? Ce rămâne de făcut?

De-a lungul timpului, mai mulți sociologi au conturat teorii ce vizau problema ineficienței statului în raport cu problemele naționale. În primul rând, pot fi definite procesele ce au loc în industria ușoară prin simpla expunere a definiției capitalismului. Mihail Manoilescu oferea, în lucrarea sa, „*Forțele naționale productive și comerțul exterior. Teoria protecționismului și a schimbului internațional*” (1929), următoarea definiție a capitalismului: “Capitalism înseamnă o formă de producție care nu se dezvoltă în funcțiune de nevoile colectivității, ci în funcțiune de beneficiul urmărit de proprietarii întreprinderilor și se

caracterizează prin dihotomism; adică prin existența a două grupe deosebite de producători: unii care posedă instrumentele de producție și ceilalți care sunt salariații celor dintâi.” (Manoilescu apud Baltasiu, 2004, p. 49). Astfel, capitalismul are la bază, precum spunea Max Weber, profitul. În cazul „Romanița”, vorbim de *capital străin*, capital care, conform tezei lui Madgearu, „nu are interes în lărgirea pieței interne românești, nu contribuie la sporirea ofertei de capital pe această piață, beneficiile obținute în țara noastră fiind aproape în totalitate exportate”(Madgearu apud Baltasiu, 2004, p 31.), lucru ce se și întâmplă. Întreg profitul se duce la PIB-ul țării (Suedia) ce, precum spunea Manoilescu, posedă instrumentele de producție, în timp ce României îi revine doar o mică parte prin taxe. După cum spuneam, noi exportăm doar muncă brută și nimic mai mult.

Ce face statul român?

Pentru poziția statului român față de astfel de chestiuni, există mai multe variante. Tot Manoilescu, precum și Hirschmann, atribuie un rol edificator elitelor, ele fiind cele care au cheia rezolvării problemei. El oferă soluția „politicilor de protejare a industriilor de cea mai mare productivitate” (Baltasiu, 2004, p. 45), însă acest lucru poate fi realizat doar de către elite deținătoare de conștiință națională, adică de elite preocupate de bunăstarea statului, bunăstare ce poate fi asigurată doar prin politici sociale. Elitele sunt, în viziunea lui Hirschmann, „operatorii strategici ai dezvoltării și lor le revine meritul dezvoltării, când societățile înregistrează un progres real, și răspunderea subdezvoltării când societățile ajung în impas sau se degradează prin adâncirea degradării sociale”. (idem, p.19).

Acestea fiind spuse, ce măsuri a adoptat statul român în vederea combaterii efectului de lohn? Care au fost acțiunile elitelor în ceea ce privește sistemul lohn?

În septembrie 2010, Ministerul Economiei, comerțului și Mediului de Afaceri a înaintat „Cumpără românește!”, un program național de promovare a produselor românești. (MECMA, 2010), în valoare de 5,2 milioane de lei (Gândul, 2010). Obiectivele principale ale proiectului sunt: „relansarea producției interne, sprijinirea producătorilor interni prin îmbunătățirea cadrului legislativ și implementarea unei politici publice coerente de relansare a producției interne, dezvoltarea identității produsului românesc cu implicarea activă a producătorilor interni, asociațiilor de profil, camerelor de comerț, sindicatelor, patronatelor, administrațiilor locale, consumatorilor, promovarea produsului românesc prin instrumente moderne, adecvate (mass-media, internet, seminarii, simpozioane, târguri și expoziții, etc.), certificarea produsului românesc și protecția și stimularea consumatorilor” (ibidem) Implementarea tuturor clauzelor prezente în proiect ar trebui să se realizeze, teoretic, până în 2013. În afară de etichetele pe care le putem vedea în orice supermarket, semnalând produsele

românești, nu am observat și nici nu am identificat vreo altă îmbunătățire adusă prin această politică socială.

Pentru a putea consuma acele produse promovate, oamenii au nevoie de salarii, ori ideea de salariu nu se rezumă doar la o sumă de bani pe care o primești în urma îndeplinirii unui serviciu. David Ricardo distingea două tipuri de prețuri (și implicit salarii): prețul natural al muncii și prețul de piață al muncii. Prețul natural al muncii „este acela care dă posibilitatea lucrătorului să se întrețină și să-și perpetueze rasa”, iar prețul de piață al muncii constituie „prețul care se plătește în mod real pentru că, pe baza acțiunii naturale a proporției dintre ofertă și cerere, munca este scumpă când este rară și ieftină când este abundentă”.² În cazul „Romanița”, munca este ieftină și abundentă, concurența fiind problematică pentru România și benefică pentru deținătorul de contract.

O altă problemă este faptul că muncitorul nu are acces la produsul la care lucrează. Muncitorii din fabrica „Romanița”, dacă doresc să achiziționeze produse marca H&M, sunt obligați să le procure din magazin la prețul impus de firma suedeză, deși costurile de producție sunt mult mai mici, de pildă:

„pereche de pantaloni- 2, 75 euro

Cămașă/bluză fantasy: 1 euro

Rochie- 1, 60 euro

Sacou: 4 euro”, aceste prețuri conținând și profitul fabricii românești. (Protv, 2012)

Așadar, neavând acces la produsul la care lucrează, muncitorii nu au parte de justiție socială, ceea ce demontrează că politicile sociale sunt ineficiente, din pricina faptului că munca nu este echivalată în bani. Tocmai din lipsa puterii de cumpărare provine sărăcia: individul își permite să își cumpere doar strictul necesar pentru a supraviețui.

Să nu uităm faptul că această fabrică nu este nici pe departe singurul exemplu ce se mulează pe problema ineficienței politicilor sociale, ci este singurul pe care îl analizez în amănunt. Avem peste tot în România fabrici ce produc pentru brand-uri internaționale prin sistemul lohn: la Turnul Măgurele sunt confecționate haine marca Dolce&Gabbana, la Cisnădie sunt produse genți sub egida Louis Vuitton. Încățăminte marca Dior, Geox, Prada, Paco Herrero sau Fornarina sunt produse la o fabrică din Bihor, iar hainele echipei Champions League au fost produse într-o fabrică din cartierul Bucureștean Rahova (EVZ, 2008). Cu siguranță, la o cercetare mai dezvoltată, se găsesc și mai multe exemple de fabrici din industria ușoară implicate în sistemul lohn.

2 *** Politici economice europene- suport de curs. Disponibil la: <http://pt.scribd.com/doc/87952459/10/Conceptul-de-salariu> . Accesat la data de: 28.05.2012

Concluzii

Pe baza datelor prezentate mai sus, pot spune că, în cazul industriei ușoare (de investigat și alte sectoare industriale) din România, capitalismul este unul de pradă, deoarece neimplementarea de politici sociale de combatere ori ineficiența politicilor sociale implementate atrag după sine dezvoltarea tot mai accentuată a economiei de tip lohn, ce dezvoltă, precum explică Ilie Bădescu în cartea sa „*Sincronism european și cultură critică românească*”, un anumit tip de conduită a capitalului, conduită de tip „prădalnic și extravertit, orientat spre exterior”, ce împinge societatea românească „în starea de capitalism ‘periferial’, dependent față de cel metropolitan” (Bădescu, 2002, p.110). Astfel, România devine dependentă de investitorii străini ce profită de pe urma ineficienței elitelor lipsite de substanță și interes național, elite negative precum le numea Eminescu (Baltasiu, 2004), ce nu investesc în crearea bunăstării statale. Prin faptul că profitul nu vine în PIB-ul românesc, PNB are de suferit și nu am dezvoltare, ci „subdezvoltare” (ibidem).

Lohn-ul, din păcate, devine singura șansă de supraviețuire a fabricilor afectate de fenomene economice severe, precum privatizarea din anii 90 ori criza financiară din 2008. Acesta, atrage după sine, efecte benefice pe termen scurt, prin faptul că indivizilor le sunt create locuri de muncă, dar efectele pe termen lung sunt devastatoare, rata de sărăcie crescând considerabil.

O posibilă soluție este implementarea de politici sociale eficiente, care să aibă ca scop promovarea unui cadru legislativ potrivit ideii de producție a produselor românești. De asemenea, consider că trebuie inițiate campanii prin care să fie clar explicate dezavantajele achiziționării de produse străine în detrimentul celor românești (cel puțin în sectorul textil, deși în sectorul agricol este la fel de grav), indiferent că prețurile sunt mai mici decât ale celor românești. În plus, prin fonduri europene, ar trebui făcute investiții serioase în fabrici românești care să producă la scală înaltă produse pentru import și export, doar sub egidă românească.

Sunt sigură că sunt multe aspecte pe care, probabil, nu le-am luat în considerare, în special cele de ordin politic. La o primă vedere, însă, consider că lucrurile pot fi interpretate prin filtrul prezentat mai sus.

Bibliografie

1. *** Politici economice europene- suport de curs. Disponibil la: <http://pt.scribd.com/doc/87952459/10/Conceptul-de-salariu> . Accesat la data de: 28.05.2012
2. Baltasiu, Radu. (2004). Sociologie economică și Teoria Elitelor. Disponibil la: <http://pt.scribd.com/doc/40439176/Radu-Baltasiu-Sociologie-Economica-Si-Teoria-Elitelor-2004> . Accesat la data de: 28.05.2012
3. Bădescu, Ilie (2002). Sincronism european și cultură critică românească. Disponibil la: <http://pt.scribd.com/doc/53186264/Badescu-Sincronism-European> . Accesat la data de: 28.05.2012
4. Florescu, Raluca. (2012). *Reuters: Sărăcia din Europa de Est, inclusiv România, a condus la un exod masiv.* Disponibil la: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/reuters-saracia-din-europa-de-est-inclusiv-romania-a-condus-la-un-exod-masiv-974155.html> . Accesat la data de: 13.05.2012
5. Gândul. (2010). Cumpără românește!, sloganul cu care Guvernul credea să îi îndemne pe români să achiziționeze produse fabricate în țară. Disponibil la: <http://www.gandul.info/financiar/cumpara-romaneste-sloganul-cu-care-guvernul-vrea-sa-ii-indemne-pe-romani-sa-achizitioneze-produse-fabricate-in-tara-7438780> . Accesat la data de: 28. 05. 2012
6. MECMA. (2010). Cumpără românește! – Program național de promovare a produselor românești. Disponibil la: http://www.minind.ro/anunturi/cumpara-romaneste_011010.pdf. Accesat la data de 28. 05. 2012
7. Preda, Marian. (2002). Politica socială românească. Între sărăcie și globalizare. București: editura Polirom.
8. ProTV. România, te iubesc! 2012. România, raiul importatorilor: de la brandurile vestice, până la chinezării și vânzătorii de lux fals. Disponibil la: <http://stirileprotv.ro/emisiuni/romania-te-iubesc/romania-te-iubesc-cum-sa-castigi-protv-dintr-o-afacere-de-miliarde-de-euro-reteta-o-detin-romanii.html> Accesat la data de: 13 mai 2012
9. Țuliga, Andreea. (2008). *Luxul poartă etichetă românească.* Disponibil la: <http://www.evz.ro/detalii/stiri/luxul-poarta-eticheta-romaneasca-819649.html> . Accesat la data de: 12.05.2012