



وال مارت، یک شرکت تجاری یا یک بیماری اقتصادی؟

برگردان: سروش محبی

اولین فروشگاه بزرگ خود را - که به سبک فروشگاه‌های بزرگ اروپا Hyper Market USA عنوان گرفته بود - افتتاح کرد. در آن زمان، فروشگاه‌های لباس و خوار و بار فروشی در آمریکا شامل فضایی - به طور میانگین - حدود ۱۵ تا ۲۲ هزار متر مربع بودند. اما فروشگاه‌های بزرگ، که اکنون «مراکز بزرگ» نامیده می‌شوند و بر اساس ایده خرید همگی وسایل مورد نیاز از تنها یک مرکز شکل گرفته بودند، فضایی در حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ هزار متر مربع را اشغال می‌کردند. بر اساس این ایده، هر خریدار می‌توانست در چنین مرکزی کلیه وسایل مورد نیاز خود (پوشاک و مواد غذایی و وسایل منزل) را خریده و حتی کارهای بانکی خویش را نیز انجام دهد. وال مارت از سیستم پیش رفته موجودی کالاهای خود سود فراوان می‌برد؛ چرا که خریدهای عمده این کمپانی از تولیدکنندگان محصولات، تخفیف بسیار قابل توجهی را نصیب آن می‌کند. مضافاً بر این که سیاست‌های ضد کارگری بی‌رحمانه کمپانی، دست‌مزدهای کارمندان و کارگران آن را بسیار پایین نگه داشته است.

وال مارت به شکلی پیگیر در جهت از بین بردن رقبای خود فعالیت می‌کند. در دفاتر مرکزی این کمپانی در «بنتونویل»، عکس‌های ۲۴ تن از روسای شرکت‌های رقیب وال مارت، هم چون عکس‌های مجرمین تحت تعقیب اف بی آی و با عنوان «تحت تعقیب»، بر دیوار نصب شده‌اند. وال مارت، هم اکنون، در هر ۴۲ ساعت یک فروشگاه جدید تاسیس می‌کند. فروش سالیانه وال مارت طی یک دهه، از سال ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۳، چهار برابر شده و از ۵/۵ میلیارد دلار به میزان ۲۴۴/۵ میلیارد دلار رسیده است. این کمپانی در بخش‌های کلیدی بازار خرده‌فروشی، موقعیتی ممتاز دارد، به طوری که ۱۹ درصد از کل مواد

غیر قانونی کارگر (ارزان قیمت) از خارج از آمریکا، به ورشکستگی کشاندن ده‌ها هزار فروشگاه کوچک، و هم چنین درهم شکستن جوامع دیگر و پایگاه‌های مالیاتی آن‌ها است. لیندون لاروش، نامزد دموکرات انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، در اول نوامبر ۲۰۰۴، طی صحبتی درباره‌ی وال مارت اظهار داشت، که سیاست مخرب این کمپانی می‌باید متوقف شود. وی گفت: «وال مارت یک کمپانی نیست، یک بیماری همه گیر است. وال مارت یکی از بزرگ‌ترین عوامل بیکاری در ایالات متحده است. وال مارت، دشمن همه‌ی ماست. این کمپانی، جامعه‌ی ما را به نابودی می‌کشاند. وال مارت تصویرگر جهانی سازی و نهادینه کردن آن ارزش‌هایی است، که بوی تعفن می‌دهد.»

وال مارت، از سال ۱۹۶۲، به هنگامی که سام والتون این شرکت را در زادگاه خود «بنتونویل» در آرکانزاس ایجاد کرد، همین نقش را ایفا کرده است. این کمپانی از چنان قدرتی در ایالات متحده و سایر کشورها برخوردار است، که تاکنون توانسته است در مقابل همه‌ی اعتراضات علیه خود ایستادگی نموده و اعتنایی به آن‌ها نکند.

قدرت وال مارت

سام والتون، فعالیت خرده‌فروشی خود را با خرید فروشگاه بن فراکلین در «نیرپورت» آرکانزاس، در سال ۱۹۴۵، شروع نمود. او در سال ۱۹۶۲، اولین فروشگاه خود با نام وال مارت را تاسیس کرد. وال مارت برای اولین بار در سال ۱۹۷۰، سهام عمومی خود را به بازار عرضه نمود. عرضه‌ی سهام وال مارت توسط شرکت «استفنز لیتل راک»، یک بانک سرمایه‌گذاری که چندین معامله‌ی مشکوک انجام داده بود، صورت گرفت. نقطه‌ی عطف فعالیت وال مارت به سال ۱۹۸۷ بود. این کمپانی، در آن سال،

کمپانی وال مارت با یک میلیون و ۳۰۰ هزار کارمند و کارگر و چهار هزار و ۷۰۰ فروشگاه زنجیره‌ای در سراسر جهان، که طی سال ۲۰۰۲ به بزرگ‌ترین کمپانی جهان بدل شده است، اقتصاد آمریکا، دیگر کشورهای صنعتی و جهان سوم را آماج خود قرار داده است. وال مارت، قدرت پشت پرده‌ی امپراتوری ایالات متحده، این امپراتوری‌ای که مانند رم باستان رو به انحطاط دارد، است. ایالات متحده‌ی آمریکا که دیگر قادر به تامین کالاهای مورد نیاز شهروندان خود نیست، از دو دهه‌ی قبل با بهره‌گیری از ارزش بالای دلار و برای نجات خود از این وضعیت، آغاز به واردات کالا از سراسر جهان نمود. وال مارت، چهره‌ی عمومی و هم چنین پتانسیل این سیاست را به نمایش می‌گذارد. این کمپانی، شلواری ارزان را از بنگلادش، پیراهن‌های ارزان را از چین، غذاهای ارزان را از مکزیک و... به ایالات متحده وارد می‌کند. دست‌مزد کارگرانی که این کالاها را تولید می‌کنند، تقریباً نزدیک به صفر است. از زمان وجود کمپانی هند شرقی بریتانیا، که بنیان اصلی نظام امپریالیستی بریتانیا به هنگام خود بود، تنها یک کمپانی دیگر است که چنین فلاکتی را بر مردم جهان تحمیل کرده است. فعالیت وال مارت بر پاشنه‌ی این سیاست محوری می‌چرخد: این کمپانی کالاهای مورد نیاز خود را با حداقل قیمت از عرضه‌کنندگان در سراسر جهان می‌خرد. و این عرضه‌کنندگان، چون چاره‌ای ندارند، به قیمت‌های نازل وال مارت تمکین می‌کنند. این سیاست اما، موجب حذف میلیون‌ها شغل در ایالات متحده و در مقابل، ایجاد اردوگاه‌ها و کارگاه‌های بیگاری در سایر نقاط جهان می‌شود. سیاست‌های عملی وال مارت مشتمل بر: درهم شکستن استانداردهای زندگی در ایالات متحده، جلوگیری از تشکیل اتحادیه در بین کارمندان و کارگران آن، وارد کردن

غذایی در ایالات متحده را به فروش می‌رساند و بزرگ‌ترین فروشنده مواد غذایی در آمریکا محسوب می‌شود. وال مارت در نظر دارد در طی پنج سال آینده فروش مواد غذایی و خوار و بار خود را تا دو برابر افزایش داده و از ۸۲ میلیارد دلار به میزان ۱۶۵ میلیارد دلار برساند. در این صورت، این کمپانی ۳۵ درصد بازار مواد غذایی و خوار و بار فروشی ایالات متحده را در دست خود خواهد گرفت. وال مارت، هم چنین، قصد دارد در طی پنج سال آینده ۴۰ فروشگاه دیگر در کالیفرنیا تاسیس

کند. امری که باعث اعتصاب سایر خوار و بار فروشی‌های کالیفرنیا شده است. روسای سه شرکت بزرگ سوپرمارکت در کالیفرنیا جنوبی - که ۷۰ هزار نفر از کارگران آنها به اعتصاب دست زده‌اند - اعلام کرده‌اند، که تصمیم دارند سهم کارفرمایان در میزان مزایای خدمات درمانی کارکنان این شرکت‌ها را کاهش دهند؛ چرا که واهمه دارند، با افزایش حضور وال مارت در این منطقه، از پس رقابت با آن بر نیایند. به طور خلاصه:

- وال مارت، ۱۶ درصد از کل فروش مواد دارویی و بهداشتی در ایالات متحده را در دست دارد و قصد دارد این میزان را تا سال ۲۰۰۸ به ۲۵ درصد افزایش دهد. در این صورت، این کمپانی به بزرگ‌ترین کمپانی دارویی در ایالات متحده بدل خواهد شد؛ - وال مارت، ۳۰ درصد از بازار کالاهای اساسی خانگی (دستمال کاغذی، خمیر دندان و شامپو) را در اختیار دارد. متخصصین بازار پیش بینی می‌کنند، سهم این کمپانی در عرصه مزبور تا پایان دهه‌ی جاری از ۳۰

درصد به ۵۰ درصد افزایش خواهد یافت؛ - وال مارت بزرگ‌ترین شرکت عرضه‌ی محصولات هالیوود است و ۱۵ تا ۲۰ درصد از کل CD، فیلم، و DVD را در ایالات متحده به فروش می‌رساند؛ وال مارت، هم چنین، ۱۵ درصد از فروش کل انتشارات کتاب را در دست دارد؛

- وال مارت سهم روزافزونی از فروش محصولات تقریباً همه‌ی شرکت‌های بزرگ را بر عهده دارد: ۲۸/۳ درصد از محصولات شست و شوی Dial's، ۲۴ درصد از محصولات غذایی Del Monte، ۲۳ درصد از محصولات سفید کننده‌ی Clorox,s و ۲۳ درصد از

محصولات آرایشی Revlon توسط این کمپانی به فروش می‌رسند؛ - وال مارت فروش یک پنجم، و یا بیش از آن، محصولات خانگی Proctor-Gamble، پوشاک Levi Strauss، و محصولات بهداشتی Newell Rubber maid را نیز در اختیار دارد. آری، وال مارت بزرگ‌ترین فروشنده‌ی محصولات این کمپانی‌های معظم است.

وال مارت نفوذ بسیاری بر تولید کنندگان و عرضه کنندگان محصولات خود، علی‌رغم آن که بسیاری از آنها جزو ۵۰۰ شرکت برتر



نابودی نیروی کار

وال مارت از قدرت خود برای حمله به نیروی کار و کاهش توان آن، به طور بی رحمانه‌ای، بهره می‌گیرد. این کمپانی عامل اصلی در مهاجرت مشاغل تولیدی ایالات متحده به خارج مرزهای آن است. وال مارت به شدت علیه اتحادیه‌های کارگری فعالیت می‌کند. مدیران این کمپانی دستور دارند، که به هیچ رو کارگرانی را که حتی زمانی عضو اتحادیه‌ها بوده‌اند، به استخدام در نیاورند. وال مارت، به همین روال، کارگرانی را که در لیست «احتمال عضویت در اتحادیه‌ها» قرار دارند، از کار اخراج می‌کند. وضعیت چنان است، که هر گاه اتحادیه‌ای تلاش کند کارکنان فروشگاه‌های وال مارت را در تشکل خود وارد کند، سر و کله‌ی «کارشناسان کارگری» کمپانی از دفتر مرکزی «بنتونویل» - برای جلوگیری از این اقدام - پیدا می‌شود. کارگران وال مارت می‌باید در «کلاس‌های روابط کارگری»، که هر هفته با شعار «ما می‌توانیم

جدول مجله‌ی «فورچون» هستند، دارد. بیست سال قبل روال بر این بود، که تولید کنندگان و عرضه کنندگان قیمت محصولات خود را به وال مارت اعلام می‌کردند. اما اکنون این وال مارت است، که قیمت‌ها را تعیین می‌کند و به عرضه کننده‌ی محصولات می‌گوید چه کالاهایی و با چه مشخصاتی می‌باید تولید شود و کدام خطوط تولیدی می‌باید گسترش یابند. به این اعتبار، کنترل مرگ و زندگی تولید کنندگان و عرضه کنندگان محصولات در اختیار وال مارت است. به طوری که اگر این کمپانی اعلام کند، قیمت کالایی می‌باید ۲۰ یا ۲۵ درصد کاهش یابد، تولید کننده‌ی کالای مزبور

برای خودمان صحبت کنیم» برگزار می‌شوند، نیز شرکت نمایند. چه نتیجه‌ای از این اقدامات گرفته می‌شود؟! دست مزد متوسط کارگران خوار و بار فروش کمپانی وال مارت، ساعتی ۸/۳۳ است؛ یعنی ۲۳ درصد کمتر از کارگران خوار و بار فروشی‌ی، که در فروشگاه‌های عضو اتحادیه‌های کارگری به کار اشتغال دارند. بسیاری از کارگران این کمپانی، تنها اجازه دارند ۲۸ ساعت در هفته کار کنند. در نتیجه‌ی این وضعیت، دست مزد سالیانه‌ی بیش از دو سوم کارگران تمام وقت وال مارت، آنها را به زیر خط فقر خانواده‌های سه نفره رانده است. بر اساس گزارش فدراسیون

کارگری AFL-CIO، ۶۶ درصد از کارگران عضو اتحادیه های کارگریی که در شرکت های بزرگ به کار اشتغال دارند، از پوشش بیمه ای خدمات درمانی برخوردار هستند؛ در حالی که فقط ۴۵ درصد از کارگران وال مارت، و بر اساس یک بررسی دیگر تنها ۳۸ درصد از آنان، بیمه ای خدمات درمانی دارند.

در وال مارت، اگر کارگری بیش از زمان تعیین شده خود کار کند، زمان اضافه کاری در برگی او ثبت نخواهد شد. آن هم در حالی که بر اساس گزارشات، بسیاری از کارگران وال مارت مجبورند تا پاسی از نیمه شب - و حتی در ایام خاص، تا اوایل صبح - در محل کار خود مشغول به کار باشند. اما این ساعات اضافه کاری، هیچ گاه جزو ساعات کار آنها محسوب نمی شود. هزاران کارگر وال مارت اظهار داشته اند، که حقوق اضافه کاری خود را دریافت نکرده اند. وال مارت، اما این اظهارات را تکذیب می کند. هم اکنون در ۳۶ ایالت آمریکا، دعاوی حقوقی علیه این کمپانی در جریان است.

بیگاری گسترده

صدها کارخانه ای تولیدی در ایالات متحده تعطیل شده اند و یا بخشی از تجهیزات تولیدی خود و یا کامل آن را به خارج منتقل کرده اند. وال مارت، باعث این وضعیت است. علاوه بر این، بسیاری از شرکت های خرده فروشی نیز مجبور به اتخاذ روش های وال مارت شده اند. نگاهی به چند مورد از رویدادهایی که وال مارت به طور مستقیم در آنها دخالت داشته است، می اندازیم:

نیوول رابرمید: این شرکت بزرگ ترین تولید کننده محصولات بهداشتی در ایالات متحده است و وال مارت بزرگ ترین فروشنده محصولات آن بوده است. ژوزف گالی، که در ژانویه ۲۰۰۱ به عنوان مدیر عامل جدید این شرکت منصوب شد، با دیگر هم کارانش جلسات متناوبی با مدیران وال مارت داشت و درباره ای این که چه محصولاتی می باید در خط اول تولید قرار گیرند، با آنها مذاکره نمود. در این مذاکرات، پیشنهادات نه چندان دقیقی از سوی وال مارت ارائه شد، که در نتیجه ای آن از ژانویه ۲۰۰۱ تاکنون، شرکت رابرمید ۶۹ واحد از کارگاه های تولیدی خود را به ناچار تعطیل و ۱۱ هزار تن از کارکنان خود را اخراج نمود. مارک هیسلدون، مدیر تحقیقات کیفیت شرکت Associated Trust-co این واقعه را به طور

صریح و روشن چنین بیان می کند: «برای این که رابرمید بتواند تقاضاهای مشتریان اصلی خود - هم چون وال مارت - را تامین نماید، مجبور است قیمت محصولات خود را رقابتی کند. از این رو، ژوزف گالی ناچار بود ۵۰ درصد از خط تولید شرکت خود را به کشورهای کم هزینه منتقل نماید.» این امر در ادامه ای خود به تعطیلی ۱۳۱ واحد دیگر از خطوط تولید شرکت نیوول رابرمید و اخراج ۲۰ هزار کارگر دیگر آن خواهد انجامید.

جنرال الکترونیک: این کمپانی یکی از پنج کمپانی معظم در ایالات متحده و بزرگ ترین تولید کننده ی لوازم خانگی (ماشین ظرف شویی، یخچال، اجاق گاز و تلویزیون) است. وال مارت بزرگ ترین فروشنده ی کالاهای این کمپانی می باشد. جنرال الکترونیک در طی پنج سال گذشته بسیاری از خطوط تولید خود را به خارج از آمریکا، و بیشتر به مکزیک و چین و به طور کلی به آسیا، منتقل کرده است. بر اساس گزارش اتحادیه ی کارگران جبرال الکترونیک (TUE)، طی پنج تا هفت سال گذشته، این کمپانی بیش از صد هزار تن از کارگران خود را از کار بیکار نموده است. اخراج این تعداد از کارگران، یکی از بزرگ ترین اخراج های کارگری تاریخ ایالات متحده بشمار می رود.

مسترلوک: در سال ۲۰۰۰، پس از آن که وال مارت به ناگهان خرید محصولات این شرکت را کم کرد و رو به سوی رقبای خارجی آن آورد، ۲۵۰ کارگر شاغل این شرکت که عضو اتحادیه ی کارگری بودند، شغل خود را از دست دادند.

لوی استراوس: این شرکت یکی از بزرگ ترین تولید کنندگان لباس های کتان و جین است، که خطوط تولید شلوارهای Docker را نیز در اختیار دارد. وال مارت، بزرگ ترین خرده فروش محصولات لوی استراوس می باشد. در طی یک سال و نیم گذشته و پس از مذاکرات بین این دو شرکت، لوی استراوس اعلام نمود، که چهار شرکت تولیدی باقی مانده ی خود در آمریکای شمالی را به اسپانیا، پرتغال و آسیا منتقل خواهد کرد. در نتیجه ای این اقدام، چند صد شغل در این شرکت از بین خواهد رفت.

وایل سوپ: وال مارت خریدار ۲۸ درصد از محصولات این شرکت است. در اثر فشارهای

وال مارت، این شرکت شعبه ی خود در منطقه ی «کمیتون» کالیفرنیا را تعطیل و به آرژانتین منتقل کرده است.

علاوه بر اینها، صدها مورد مشابه دیگر نیز از فعالیت های وال مارت در زمینه ی تعطیلی خطوط تولید و از بین بردن مشاغل در ایالات متحده وجود دارد. در اثر روش های فعالیت وال مارت، که با رکود اقتصادی نیز هم راه شده است، از جولای ۲۰۰۰ تاکنون، بیش از یک میلیون شغل در تولیدات کالاهای مصرفی در ایالات متحده حذف شده است.

بیگاری کارگران در کشورهای دیگر

وال مارت با تاسیس کارخانه در دیگر کشورها، در واقع، اردوگاه های بیگاری در آنها به راه می اندازد. این اقدام به طور مستقیم و روزافزونی توسط خود این کمپانی و یا به وسیله ی عرضه کنندگان کالاهای آن صورت می گیرد. یکی از شرم آورترین اردوگاه های بیگاری وال مارت در «سامو آئی» آمریکا، در کارخانه ی «داووسا» با ۲۳۰ هزار کارگر قرار دارد، که اکثر آنها زنان ویتنامی و چینی هستند و تحت شرایطی مانند بردگان کار می کنند. بر اساس گزارشات، این کارگران حتی از دریافت دست مزد ناچیز خود هم محروم می شوند. آنها کتک می خورند؛ گرسنگی داده می شوند؛ مورد آزار و اذیت جنسی قرار می گیرند؛ و تهدید می شوند، که در صورت اعتراض از کار اخراج می گردند. در تاریخ ۲۱ فوریه ی سال ۲۰۰۳، کیل سولی، صاحب این کارخانه، در یک دادگاه در هاوایی در ۱۴ مورد از ۱۸ مورد اتهام دال بر «بیگاری کشیدن» از کارگران کارخانه مجرم شناخته شد. کارخانه ی «داووسا» برای وال مارت و دیگر شرکت های خرده فروشی، لباس هایی با مارک Beach Cabana می دوزد.

کمپانی وال مارت، فعالیت سودمند اقتصادی ایالات متحده را با کارکرد خود به تاراج داده است. اکنون وقت آن رسیده است، که کار این امپراتوری تجاری تعطیل شود!

