

# Duże stają się większe

**Wydaje się, że jest tylko jedna przyczyna skryta za wszelkimi formami społecznej nędzy: rozmiar...  
Gdziekolwiek coś jest niedobre, jest za duże.**

Leopold Kohr „The Breakdown of Nations”<sup>1</sup>

Stały i gwałtowny wzrost zostałyby uznany za niezdrowy - i w dłuższej perspektywie niemożliwy - w prawie każdej, rzeczywistości innej niż ekonomiczna. Jednak w tym świecie o ograniczonej perspektywie, wzrost uznano za miernik sukcesu. Nigdzie nie jest to bardziej widoczne, niż w dorocznych raportach korporacji, które zazwyczaj bardziej opiewają przyszły rozwój niż sukcesy z przeszłości.

Najbardziej znanym znakiem firmowym na świecie jest Coca-Cola; produkty tej firmy są sprzedawane w 195 krajach, wytwarzając roczny przychód w wysokości, ponad 16 miliardów dolarów. Rynki finansowe naciskają jednak na dalszą ekspansję, co nie pozostawia firmie innej możliwości, jak tylko dalszy rozrost:

*„Każdy członek wielkiej rodziny Coca-Coli budzi się co rano wiedząc, że cała 5,6 miliardowa populacja ludzka będzie miała tego dnia pragnienie. Jeśli sprawimy, że nikt z tych 5,6 miliarda ludzi nie będzie mógł uciec od Coca-Coli... wówczas zapewnimy sobie sukces na wiele lat. Innej możliwości nie ma”<sup>2</sup>*

Jeśli rozrost jest tym, czego się wymaga od korporacji, to spełniły one ten postulat aż z nadwyżką - częściowo przez ekspansję na rynki poza granicami państw, w których zostały założone. W ciągu ostatniego półwiecza gospodarka światowa uległa znacznemu rozrostowi, a handel międzynarodowy rozwinął się jeszcze gwałtowniej. Wartość towarów i usług produkowanych na świecie między 1990 a 1992 rokiem wzrosła pięciokrotnie, a wartość wymiany międzynarodowej w tym samym czasie wzrastała dwukrotnie szybciej, aż o jedenaście razy.

## **Mania wchłaniania**

Kiedy korporacja rośnie, w końcu osiąga granice wyznaczone przez rynek, na którym działa. Jedynym sposobem na utrzymanie wzrostu staje się więc przejęcie innych firm lub konsolidacja z konkurencją. W USA pierwsza wielka fala fuzji pojawiła się na przełomie stuleci, kiedy blisko 1/3 majątku narodowego znalazło się w rękach zarządów zaledwie 318 wielkich korporacji<sup>3</sup>. Od tej pory fuzje i wchłonięcia stały się chlebem powszednim gospodarki. Na przykład między 1956 a 1968 amerykańskie koncerny paliwowe przejęły ponad 200 mniejszych konkurentów. Ferwor rozregulowania rynku lat 80-tych przyniósł kolejne szaleństwo konsolidacji: tylko na rynku żywności i napojów, w ciągu dekady można było zobaczyć ponad 450 fuzji W Europie i dalszych 400 w USA.

Gospodarka globalna doprowadziła obecnie do kolejnej eksplozji konsolidacji. Opierając się na przekonaniu, że większe musi być lepsze i bardziej konkurencyjne na rynkach światowych, korporacje, które już są wielkie, poszukują możliwości dalszego rozwoju.

## **Kiedy korporacje rządzą gospodarką**

Współcześnie istnieje ponad 40 tys. ponadnarodowych korporacji, większość w krajach

przemysłowych; w ich rękach znajduje się 3/4 światowego eksportu i importu, a ich obroty sięgają 5,5 tryliona, dolarów<sup>4</sup>. W swojej książce „When Corporations Rule the World”, David Korten przytacza konkretną statystykę:

- 500 największych korporacji świata kontroluje obecnie 25% światowej produkcji;
- 300 największych korporacji (z wyłączeniem instytucji finansowych) posiada około 25% światowych aktywów majątkowych;
- 50 największych banków komercyjnych i rozmaitych spółek finansowych kontroluje blisko 60% całego światowego kapitału.

Te liczby znakomicie obrazują tezę Kortena, że „silniejsza kontrola rynków i produkcji w rękach kilku firm jest trendem ogólnoświatowym”.<sup>5</sup> To, co już jest duże, staje się znacznie większe.

Konsolidacja tak wielkiej części majątku i władzy w rękach kilku zaledwie ponadnarodowych korporacji musi martwić tych, którzy cenią sobie zasady demokracji. Chociaż „skorporowany” świat z pewnością nie jest ślepy na tę niesłychaną władzę, bardziej skłonny jest jednak do podziwu niż ubolewania nad konsekwencjami takiego stanu rzeczy. Oto dwustronicowe ogłoszenie w magazynie reklamowym „Adweek” pokazywało fotografie Hitlera, Lenina, Napoleona... i butelki Coca-Coli. Slogan reklamowy głosił z dumą: „Tylko jedna kampania podbiła świat”<sup>6</sup>

### **Żegnajcie, małe firmy**

Popatrzmy na przeciwny koniec skali i zobaczmy, jak widzie się tym firmom. Nie jest to bynajmniej takie proste, jak mogłoby się wydawać, ponieważ skala całości gospodarki uległa powiększeniu, więc definicja „małej firmy” również zmieniła się razem z nią. W Stanach Zjednoczonych zadaniem Agencji d/s Małej Przedsiębiorczości (SBA) jest wg jej własnych słów - „pomoc, doradztwo i ochrona interesów małych firm.”<sup>7</sup> Kiedy Agencja została założona w 1953 roku, „mała firma” oznaczała zakład produkcyjny zatrudniający mniej niż 100 osób, z obrotem ze sprzedaży hurtowej poniżej 200 tys. dolarów rocznie oraz z obrotami z innych form sprzedaży nie większymi niż 50 tys. dolarów rocznie. W tamtym czasie zaledwie 10% firm amerykańskich nie mieściło się w tym standardzie.<sup>8</sup>

Obecnie SBA uważa za „małą firmę” znacznie większe przedsiębiorstwo: maksymalna liczba zatrudnionych zwiększyła się pięciokrotnie (do 500 pracowników), a w pewnych działach przemysłu (wliczając w to fabryki broni, telekomunikację i usługi lotnicze) firma może mieć 1 500 zatrudnionych i wciąż być uznawana za „małą”. Dla większości firm z sektora handlu i usług, górna granica rocznych obrotów wzrosła do 5 milionów dolarów. Jeśli pojęcie „mała firma” kojarzy ci się ze sklepem na rogu, może wydać się zaskakujące, że SBA uważa za „małe” również supermarkety z obrotami powyżej 20 milionów dolarów rocznie. W ten sposób w kategorii „małej” firmy mieści się 99% amerykańskich przedsiębiorstw. Nawet największe z nich są drobnicą wobec naprawdę grubych ryb: pozostałe 1% gigantów zatrudniało ponad 40% wszystkich pracowników sektora prywatnego (dane z 1990r).<sup>9</sup>

Wzrost tych olbrzymów odbywał się w znacznej części kosztem najmniejszych. Badania w USA pokazały, że 5 lat po otwarciu nowego centrum Wal-Mart, sklepy w promieniu 20 mil straciły przeciętnie 19% sprzedaży detalicznej. Dla wielu miejscowych handlowców, w wyniku tej straty, przetrwanie nie było możliwe. Średni rezultat można oszacować na podstawie doświadczeń z miasta w stanie Iowa, gdzie w ślad za otwarciem hipermarketu Wal-Mart przyszedł upadek ośmiu mniejszych firm - m.in. sklepu z wyrobami metalowymi, trzech sklepów odzieżowych, apteki, sklepu obuwniczego, domu towarowego i innych pomniejszych sklepików. 10

Niestety, ta tendencja nie ogranicza się wyłącznie do Stanów Zjednoczonych. W Anglii megastore otwarty w 1989 roku kosztował handel. w centrum pobliskiego miasta utratę 70% obrotów w ciągu 4

lat; firmy w co najmniej dziesięciu pobliskich miasteczkach również straciły zyski.<sup>11</sup> Od 1991 roku, odkąd we Włoszech nastąpiła era wielkich centrów handlowych, znanych tu jako ipermercati, doszło do upadku 370 tysięcy małych firm-rodzinnych. W czasie krótszym niż dekada, połowa sklepów spożywczych i jedna trzecia małych sklepów wypadła z biznesu.<sup>12</sup>

### **Małe gospodarstwa a agrobiznes**

Rozwój wielkich przedsiębiorstw kosztem mniejszych firm okazał się szczególnie widoczny w rolnictwie. W Stanach Zjednoczonych małe gospodarstwa ciągle są w odwrocie i to już od pokoleń. Kiedy bankrutują, ich ziemia jest wchłaniana przez większe farmy, a rezultatem tego procesu jest trzykrotne powiększenie rozmiaru przeciętnego gospodarstwa na przestrzeni między 1935 i 1987.<sup>13</sup> Wielkie farmy potrzebują także coraz mniej pracowników: tylko między 1950 a 1955 amerykańskie rolnictwo zmniejszyło zatrudnienie o milion osób.<sup>14</sup> Ten trend utrzymuje się od dawna do tego stopnia, że obecnie mniej niż 3% całej siły roboczej w Stanach pracuje bezpośrednio na farmach; nawet przy tak niewielkiej ilości małych gospodarstw, wciąż znikają one z szybkością 30 000 farm rocznie.<sup>15</sup>

Tendencja taka widoczna jest najwyraźniej w Stanach Zjednoczonych, ale mamy z nią do czynienia w całym przemysłowym świecie. W Wielkiej Brytanii, pod koniec II wojny światowej działało ponad 450 000 gospodarstw, większość z nich o powierzchni poniżej 50 akrów. Dzisiaj istnieje jedynie połowa z nich. Jeszcze w roku 1970 w Wielkiej Brytanii istniało ponad 100 000 farm mlecznych. Około 30 000 zniknęło w ciągu lat 70-tych, a dalsze 20 000 upadło podczas kolejnej dekady. Farmy mleczne wciąż znikają z pejzażu Anglii i Walii z szybkością 100 gospodarstw miesięcznie, choć i tak już wcześniej zostały zdziśiatkowane.<sup>16</sup>

Podczas gdy małe gospodarstwa w Wielkiej Brytanii walczą o przetrwanie, wielkie farmy kwitną: szacuje się, że te największe, czyli 10% wszystkich obecnych gospodarstw, wytwarza połowę brytyjskiej produkcji rolnej, a niektórzy analitycy twierdzą, że aby np. uprawa zboża przynosiła dochód, musi posiadać co najmniej 800 akrów (ok. 330 ha) lub więcej. Tendencja do zwiększania rozmiaru farm idzie w parze z uprzemysłowieniem rolnictwa, a tradycja gospodarowania ziemią zostaje zastąpiona przez obsesję produkcji i krótkoterminowych zysków.

Zanikowi małych gospodarstw towarzyszy marginalizacja terenów wiejskich.. W ciągu ostatnich 10 lat brytyjskie rolnictwo utraciło 88 000 miejsc pracy. Pozbawieni podstawy swojej egzystencji mieszkańcy wsi nie mają innego wyboru migrują do wielkich ośrodków miejskich, zostawiając za sobą miasteczka i wsie pozbawione gospodarczej oraz kulturowej vitalności. Ekonomiczną chorobę wsi dodatkowo pogarsza jeszcze inwazja sieci handlowych, które zastępują małe sklepy detaliczne będące w posiadaniu miejscowych mieszkańców. Podczas gdy zyski tych ostatnich wracają w jakimś stopniu z powrotem do krwioobrotu miejscowej gospodarki, wielkie sieci handlowe wysysają soki żywotne miejscowego rynku i transferują je wprost do zarządów korporacji - gdzie napędzają dalszy ich wzrost, a także powiększają portfele akcjonariuszy, jeśli wracają do lokalnej społeczności, to jedynie w stopniu minimalnym. Badania pokazują, że z pieniędzy wydanych w typowej restauracji McDonald'sa, blisko 75% opuszcza miejscowy rynek.<sup>17</sup> Inne badania pokazały, że Wal-Mart, który sytuuje większość swoich olbrzymich sklepów na terenach wiejskich, na każde dwa stworzone przez siebie miejsca pracy, niszczy trzy już istniejące.<sup>18</sup>

### **Narodziny megalopolis**

W całym przemysłowym świecie istnieje mniej niż jedno gospodarstwo na 1000 osób. Na przykład w Japonii przez urbanizację spowodowaną wchłonięciem 2 500 wsi przez powstanie megalopolis na stałe.

### **Cóż więc oznacza „małe” i „lokalne”?**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Steven Gorelick**  
*tłum. Anna Nacher*

Fragment niniejszy jest częścią książki Stevena Gorelicka „Small is Beautiful, Big is Subsidized. How our taxes contribute to social and environmental breakdown” (International Society for Ecology & Culture, 1998) przygotowywanej do druku przez „Pracownię na rzecz wszystkich istot”.

- 1 Leopold Kohr, *The Breakdown of Nations* (New York: E.P. Dutton, 1978, str. xviii).
- 2 Coca-Cola Corporation, 1993 Annual Report, str. 8.
- 3 Robert B. Reich, *The Work of Nations* (New York: Alfred A. Knopf, 1991), str. 36.
- 4 Chakravarthi Raghavan “TNCs control two-thirds of the world economy, *Third World Resurgence* nr 65/66, str. 31-32.
- 5 David Korten, *When Corporations Rule the World*, str. 221.
- 6 Cytowane przez Alaina Thein Durninga w “Can't Uve Without If”, *Worldwatch*, maj-czerwiec 1993, str. 10.
- 7 “SBA Profile: Who we are and what we do”, SBA, Washington DC, trzecia edycja, 1996.

8 Encyclopedia Americana, wydanie z 1991, str. 48.

9 Jeremy Rifkin, *The End of Work* (New York:G.P. Putnam, 1996), str. 10.

10 Kai Mander i Alex Boston: "Wal-Mart: Global Retailer", w *The Case Against Global Economy* (San Francisco: Sierra Club, 1996), str. 337.

<sup>11</sup> Tim Lang i Hugh Raven: "Who Will tame the Supermarkets?", *The Ecologist*, vol. 24 nr 4, lipiec/sierpień 1994, str. 123.

12 Vania Grandi, "Small Grocers Disappearing into History as Superstores Emerge in Italy, Burlington Free Press, styczeń 2, 1998, str. 6B.

13 Jeremy Rifkin, *The End of Work*, str. 110.

14 Earl O. Heady, "The Agriculture of the U.S.", *Scientific American*, wrzesień 1976, str. 107-127. Za Wandall Berry, *The Unsettling of America*, str. 162.

15 A.V. Krebs, "Farm Subsidies: Myth vs. Reality", *The Agribusiness Examiner*, kwiecień-maj 1995, str. 5.

16 Graham Harvey, *The Killing of the Countryside* (London: Jonathan Cape, 1997), str. 9, 47, 70-71; Robin Page, "Havoc wrought by the drive for 'efficiency'", *Daily Telegraph*, 15 czerwca, 1996, str. 3.

17 od Roman Szala, *Korporacja Sals*, str. 88-9.

18 od Roman Szala, *Korporacja Sals*, str. 88-9.