

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО: PENNEYS

Име на организацията:

PENNYES

Държава и сектор на организацията:

ИРЛАНДИЯ - Търговия на дребно и дизайн

Тип организация:

- **Бизнес компания**
- Публична организация
- Частна фирма
- НПО
- Други:

Размер на организацията:

- Малка
- Средна
- **Голяма**

Кратко описание на организацията:

Фирмата стартира през 1969 г. в Ирландия, с търговското наименование Penneys, като същата носи и името Primark, известна по света като ирландска търговска верига за мода със седалище в Дъблин. Тя е дъщерно дружество на британската компания за преработка на храни и търговия на дребно ABF. Компанията носи името Penneys само в Република Ирландия, където е основана. Марката Penneys не се използва извън Ирландия, защото името е собственост на американския търговец на дребно J. C. Penney. Компанията има дейност в Европа и САЩ под търговското наименование Primark.

Към 2000 г. има вече над 100 магазина в цяла Великобритания и Ирландия. До 2012 г., под името Primark има 238 клона в Обединеното кралство, Ирландия и Европа. Primark се отличава заради предлаганата ненадмината стойност, като същевременно никога не губи своето иновативно и модно въздействие на световните пазари.

Кратко описание на изследването:

Primark притежават високоефективна верига за доставки, като водеща политика е тази за закупуване на големи обеми дрехи, директно от фабрики с ниска себестойност, разположени най-вече в Азия.

От самото начало представянето на Primark е изключително, подкрепено от модела на „търговия на дребно“ на ниски брутни маржове и големи обеми, известен в търговията като „вземете много, продайте евтино“.

Подобно на много модни бизнеси в търговията на дребно, компанията не произвежда сама стоките си. Нейният опит се състои в разбирането на нуждите на клиентите и работа с доставчиците на стоки, произведени по спецификация на Primark. Компанията получава точните стоки на правилните места и на точните цени. Рентабилността зависи от огромния обем на продажбите. Съотношението цена-качество на Primark се основава на ниски разходи. Те се постигат отчасти чрез икономичност в гамата и ефективно разпределение.

Ключови думи:

Устойчивост

Условия на работа

Здраве и благополучие

Мислене и ценности

Вземане на решение

ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

Ключът към успеха на Penneys е предлагането на добро съотношение цена-качество и разнообразие, предоставени по етичен за клиентите и партньорите начин. Ползите стават очевидни и оказват влияние и дълбоко въздействие на местно ниво.

Г-жа Каниз Фатема е управляващ директор на средно голям завод в Дака, Бангладеш. Когато HERproject е представен във фабриката ѝ преди година, тя не е убедена в неговите ползи и го разглежда като „просто още един проект“. Само една година по-късно нейните възгледи се променят. Сега здравето на жените-работнички е на първо място в нейния дневен ред. По-здравата

работна ръка буквално изплаща дивиденди. С проекта отсъствията от работа и текучеството намаляват с изумителните 50%. Производителността се повишава и дори вътрешната комуникация с персонала става по-ефективна. Към този момент г-жа Каниз Фатема е назначила жена лекар и е създавала схема за осигуряване на хигиенни салфетки на нейните работнички, което помага за въвеждането на нова култура в завода и позволява здравното образование във фабриката да продължи след края на проекта.

„HERproject направи реална промяна в моята фабрика. Работниците са увеличили производителността си, тъй като сега се грижат по-добре за себе си. Започнах да се чувствам много по-близо до моите работнички. Разказвала съм и на други ръководители на фабрики за успеха на проекта в нашата фирма. Сега мъжете питат кога ще започнем подобен проект за тях“ – споделя г-жа Каниз Фатема (управител на фабриката).

Някои други ползи са по-трудни за измерване, но все повече се признават от ръководителите на фабриките. Като например, приобщаването на жените да общуват ефективно по здравни въпроси изгражда доверие и увереност. Това се отразява в постигане на по-добра комуникация на персонала с началници и мениджъри. От своя страна това води до подобрена работа в екип и мотивация за поемане на повече отговорност и лидерски роли в общността.

„Работниците сега остават по-дълго при нас и са по-продуктивни. Проектът също помогна за връзката ми с работниците. Вече не са толкова срамежливи да говорят с мен. Ако има проблеми, ги споделят свободно“ - казва г-н Риаз (ръководител на фабриката).

Повишаването на мотивацията е резултат от иновативните решения на Primark, приложени на практика. То демонстрира принципите на теорията за ефекта на Хоторн за мотивацията. Теоретикът Елтън Мейо установява, че работниците във фабриките с дълги часове рутинна работа се мотивират от това някой да се интересува от тях и тяхната работа. Усецайки, че имат значение като личности, те изпитват по-сериозна връзка с работата. В резултат на това производителността им се повишава. По подобен начин, като се фокусира върху жените работници и техните здравни проблеми, HERproject предоставя и подобрена мотивация. (Вижте повече за HERproject на http://www.primark-ethicaltrading.co.uk/ourwork/c/womens_health).

„HERproject не само дава на жените знания за подобряване на тяхното здравословно поведение, но ги овластява да търсят ръководни роли в работата си и в общностите си. Моделът P2P – с жени, които се учат взаимно за здравето на жените - им дава увереността да се борят срещу статуквото в региони, където традиционната роля на жените в обществото не е толкова силна.“ - Рейчъл Йейгър (BSR HERproject мениджър).

ОБОСНОВКА

Изглежда, че Penneys запълват определена пазарна ниша, поради потребителското търсене на модни дрехи в рамките на ограничен бюджет, което кара клиентите в Европа да се стичат в техните магазини. На пръв поглед, това ненаситно търсене определя насоките и практиките на фирмата, тъй като тя се стреми да спечели позиции на високо конкурентен пазар.

HERproject е инициатива, стартирана от BSR (Бизнес за социална отговорност), неправителствена организация, която работи с над 250 компании в областта на околната среда, социалните и човешките права. Досега HERproject е помогнал на над 50 000 жени в различни страни. Това е направено чрез работа с компании като Primark, доставчици на Primark и местни доставчици на здравни услуги.

Проектът е прост, но изненадващо мощен:

- Малък брой жени от персонала във фабрика (около 10%) са избрани да станат обучители по здравно образование, наречени „обучители на група от връстници“.
- Местният доставчик на здравни услуги обучава групата от бъдещи преподаватели, които след това отговарят за обучението на останалите жени, работещи на същото работно място, предавайки посланията и помагайки им да разпространят наученото.

Процесът набляга на взаимната помощ и насърчение. Жените-обучители са ефективни, защото разбират напълно местната култура. На тях не се гледа като на външни лица, налагащи странни идеи. Освен това, обучителите разбират напълно причините, поради които местните жени не са склонни да търсят помощ по чувствителни за тях теми. Така те изграждат ново самочувствие и натрупват практическите знания.

„Нямаше кой да ми каже как да се грижа за себе си, не се преподаваше в училище. Обучителите ми казаха, че много болести идват от непречистената вода, която наливах от чешмата. Тази вода може да е причина за различни заболявания, включително холера и диария. Отначало семейството ми ме попита, откъде знаеш тези неща? Работиш във фабрика за облекло! Казах им, че всичко това, научих от проекта. Когато започнах да им давам съвети, те започнаха също да се интересуват от проекта. Всички, на които съм казала, сега преваряват водата си и не се разболяват както преди.“
Уме Хабиба (шивачка).

HERproject помага и на други, които не са пряко ангажирани с него. Извън семинарите продължава неформалното обучение. Жените изграждат и поддържат взаимоотношения и разговарят помежду си и извън работа. Проектът подсилва това чрез отваряне на здравни кабинети във фабриките и изграждане на контакти с местните болници.

Селина Камал е фабричен инспектор по качеството и преподавател за HERproject. Чрез собственото си обучение, тя вече осъзнава значението на чистотата за себе си и децата си. Сега всички те пият пречистена вода и ядат повече зеленчуци. Тя вече е предала знанията си и на нейната приятелка Шилпи, която е учителка в местно училище.

„Дойдох при Селина, след направени два спонтанни аборта и с нередовна менструация. Селина ме посъветва да отида на лекар, тъй като тя знаеше, че нещо не е наред. Лекарят ми предписа лекарства за моя проблем.“ Шилпи (учител).

ЦЕЛИ

По време на рецесията, най-вече като се има предвид засягането на дейността им на два от най-силно засегнатите пазари в Европа, тези на Ирландия и Испания, бизнес моделът на Primark се оказва устойчив. Годишните приходи са нараствали непрекъснато за периода от 2008 г. насам.

Оперативните печалби също са нараснали от 2011 г. насам - впечатляващ резултат, като се има предвид скоростта на разширяване и достигане до нивото на първокласни градски търговски обекти.

Продуктите на Primark се доставят в Европа и Азия главно чрез верига от доставчици. Основните страни-производителки са Китай, Индия, Бангладеш и Турция. Развитието на производство на облекла в тези страни създава работни места. Те често са с по-добри условия на заплащане в сравнение с други видове предлагана работа, а това подобрява общия жизнен стандарт.

Primark стартира програма от дейности, която подкрепя позицията на корпоративната социална отговорност (КСО) и гарантира, че търговските сделки отговарят на ценностите и етичните стандарти на компанията. В подкрепа на програмата е въведен „Кодекс за поведение на Primark“, който гарантира, че всички работници, произвеждащи продукти с тази марка, се третират добре, получават справедлива заплата и работят при добри условия на труд. (За повече информация, моля, посетете www.primark-ethicaltrade.co.uk).

Това изследване разглежда участието на Primark в HERproject (Health Enables Returns), който повишава осведомеността и предоставя здравно образование на жените- работнички в страните доставчици.

Сега да разгледаме КСО. Бизнесът трябва да отразява и да реагира на фактори в работната среда, например промени в наличната работна сила или въздействието на бизнеса върху местните общности. Корпоративната социална отговорност представлява отговорността, която бизнесът има към всички заинтересовани страни, а не само към собствениците и акционерите, за да се задоволяват справедливо възникналите нужди на всички нива в компанията.

Вътрешните заинтересовани страни включват акционери и служители. Акционерите искат възвръщаемост на капитала си и това зависи от реализирането на печалба. Това от своя страна означава добавяне на стойност. Служителите искат сигурност на работното място, добро заплащане, благоприятни условия на труд и удовлетвореност от работата.

Външните заинтересовани страни включват клиенти, доставчици, неправителствени организации, работници и местните общности, където се произвеждат нейните продукти. Всички те имат различни нужди.

Следователно организацията трябва да може да реагира и да демонстрира отговорност по различни начини. Това може да включва широкомащабни дейности като насърчаване на служителите да участват като доброволци в обществени проекти; спонсориране и подпомагане на благотворителна дейност; или посвещаване на време и пари за подобряване на въздействието върху околната среда.

РЕЗУЛТАТИ

Глобалната индустрия за облекло наема милиони хора по целия свят. Дизайнът, брандингът и маркетингът, които генерират по-висока стойност, остават предимно в развитите страни, докато производството, което се счита за по-малко ценно, се е преместило почти изцяло в страни с евтина работна ръка.

Като международен бизнес с глобална верига за доставки и нарастваща база за търговия на дребно, Primark вярва, че бизнесът носи отговорността да функционира и търгува етично и, че по този начин може да добие по-голяма сила. Фирмата пряко допринася за наемането на работа на повече от 700 000 работници от три континента. Гарантирането, че техните права се зачитат, е от ключово значение за постоянния растеж на фирмата.

Primark не притежава компаниите или фабриките, които произвеждат нейните стоки, но носи отговорност пред работниците в тези фабрики, пред своите клиенти и акционери, за да гарантира, че продуктите се произвеждат в добри условия на труд. HERproject в Бангладеш е пример за това как Primark активно се стреми да направи положителни промени в живота на работниците, наети във фабриките на своите доставчици.

От какво се състои HERproject? В Бангладеш над 50% от производствената работна сила се състои от жени. Работните места, достъпни за жените в шивашките фабрики, им дават по-голяма независимост и спомагат за намаляване на бедността. Тези жени, обаче, често имат слабо образование и ниски нива на грамотност, тъй като рано напускат училище, за да помогнат на семействата си.

Липсват им и основни познания за здравето, хигиената и храненето и разбиране за това как функционира женското тяло. Лошата хигиена често причинява упорити и болезнени инфекции. Раждането е особено опасно и усложненията след раждането са често срещани. Има оскъдна информация и липсва разбиране за симптомите на полово предавани болести (включително ХИВ) или за средствата за предотвратяване на заразата. По-голяма бройка недохранени има сред жените, отколкото сред мъжете и много жени страдат от анемия. Тези проблеми, често съчетани с липса на достъп до квалифицирани медицински съвети, означават, че работната сила на жените е особено уязвима.

HERproject използва образованието като ключов инструмент срещу всички тези взаимно свързани проблеми. Програмата има за цел не само да подобри здравето на работещите жени чрез обучение и образование, но и да им даде инструментите, които да им помогнат да управляват своя личен и професионален живот. Тези ползи от своя страна се предават и на техните семейства и спомагат за укрепването на цели общности.

ПОУКА

Устойчивост, постигната по време на тежка икономическа криза и предизвикателства. Етичните ценности на една компания могат да направят различен живота за работниците, работещи на най-ниските нива. Индустриализираните страни по света се възползват от по-ниските разходи за труд в страни като Бангладеш и Индия. Все повече потребители обаче питат дали това поведение е етично и поставят под въпрос неговата устойчивост.

Някои компромиси между нуждите на заинтересованите страни са неизбежни. Корпоративната социална отговорност не е безплатна. Тя включва реална ангажираност на ресурси, време за управление и енергия. От друга страна, както показват проучванията на HERproject в други страни, парите, инвестирани в здравето на жените служители, могат да донесат до три пъти повече ползи за бизнеса. Освен това подобренията в ежедневието и благосъстоянието на хората са несравними.

Въпреки критиките към глобализацията, бизнесът и търговията могат да вложат енергия за постигане на добри и хуманни резултати. Това се признава все повече от начина, по който потребителите приписват добавена стойности на марките. Primark напредва чрез поемането на по-широки отговорности и разработването на проекти, насочени към местните общности. Те правят това с помощта на неправителствени организации и организации като BSR. Подходът на компанията с HERproject не се свежда само до постигане на бизнес ползи, а е фокусиран върху положителната промяна в живота на работниците и доставчиците.

Към днешна дата 4500 жени във фабриките на Primark са обучени по HERproject в Бангладеш. Резултатите от проекта показват толкова голяма полза, че проектът се разпространява и сред доставчиците на Primark в Китай и Индия. Продължителното участие на Primark в обучителни дейности за работниците в Бангладеш и други страни доставчици, ще помогне за осигуряването на устойчив и етичен бизнес модел.

МАТЕРИАЛИ

PENNEYS

Operated by PRIMARK*

Уебсайт на компанията: <https://www.primark.com/en-ie>

БИБЛИОГРАФИЯ

Интервю с мениджъра по човешки ресурси в един от обектите, които Penneys има в центъра на Дъблин.

Fashion United подобно изследване: <https://fashionunited.uk/primark-sustainability>