

TEKSTILNA INDUSTRIJA KAO IZAZOV MEĐUNARODNE TRGOVINE U GLOBALNOM KONTEKSTU

Voloder, Katarina

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:359702>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski sveučilišni studij Menadžment

Katarina Voloder

**TEKSTILNA INDUSTRIJA KAO IZAZOV MEĐUNARODNE
TRGOVINE U GLOBALNOM KONTEKSTU**

Diplomski rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski sveučilišni studij Menadžment

Katarina Voloder

**TEKSTILNA INDUSTRIJA KAO IZAZOV MEĐUNARODNE
TRGOVINE U GLOBALNOM KONTEKSTU**

Diplomski rad

Kolegij: Međunarodna trgovina

JMBAG: 0010217761

E-mail: voloderk@gmail.com

Mentor: Izv.prof.dr.sc. Anita Freimann

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Graduate Study Management

Katarina Voloder


**TEXTILE INDUSTRY AS A CHALLENGE OF
INTERNATIONAL TRADE IN A GLOBAL CONTEXT**

Graduate paper

Osijek, 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski
(navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Katarina Voloder

JMBAG: 0010217761

OIB: 43242612161

e-mail za kontakt: voloderk@gmail.com

Naziv studija: Diplomski sveučilišni studij Menadžment

Naslov rada: Tekstilna industrija kao izazov međunarodne trgovine u globalnom kontekstu

Mentor/mentorica diplomskog rada: Izv.prof.dr.sc. Anita Freimann

U Osijeku, 01. 09. 2021. godine

Potpis



Tekstilna industrija kao izazov međunarodne trgovine u globalnom kontekstu

SAŽETAK

Globalizacija je skup procesa koji donose preobrazbu suvremenog društva kroz koju se želi postići sve veća povezanost i međuovisnost određenih dijelova svijeta. Fenomen koji za cilj ima ukinuti gotovo sve barijere u svrhu stvaranja jedinstvenog, slobodnog tržišta. Kroz rad je istaknuta važnost međunarodne trgovine te kako ista podliježe utjecaju globalizacije. Kao rezultat globaliziranja međunarodne trgovine dolazi do povećane konkurentnosti i napućenosti tržišta što rezultira jedinstvenim globalnim sustavom. Posljedice koje sa sobom nosi suvremena industrija tekstila kategoriziraju se u ekološke, socijalne i zdravstvene. Industrija tekstila kao jedna od najprljavijih industrija, svojim djelovanjem narušava okolišu i društvu u cijelosti. Snažan utjecaj industrije tekstila se može uvidjeti kroz pojavu trenda brza moda koja objašnjava zašto tekstilna industrija stoji za jednu od najglobaliziranijih industrija svijeta. Razvojem trenda raste globalna popularnost Inditex grupacije koja svojim radom potiče trend brze mode i potpuno mijenja ponašanje potrošača. Ono što je nekad bila modna industrija, pravilima propisana i namijenjena samo visokom društvu, više ne postoji. Trend brze mode snižava cijenu odjevnih predmeta ali sukladno tome znatno smanjuje i kvalitetu. Ključna problematika današnjeg funkcioniranja tekstilne industrije jesu tzv. robovi modernog doba. Ljudi koji rade u proizvodnim pogonima tekstila izloženi su nehumanim uvjetima rada, od nesigurnih konstrukcija, štetnih kemikalija do prekovremenih sati za koje nisu plaćeni. Cilj diplomskog rada je pojasniti način funkcioniranja međunarodne trgovine u suvremenom društvu pod utjecajem globalizacije, približiti djelovanje industrije tekstila kao izazova suvremenog doba, prikazati posljedice trgovanja odjećom te osvrnuti se na stanje industrije tekstila u Republici Hrvatskoj.

Ključne riječi: globalizacija, međunarodna trgovina, tekstilna industrija, brza moda, Inditex grupa

Textile Industry as a Challenge of International Trade in a Global Context

SUMMARY

Globalization is a set of processes that bring about the transformation of modern society through which the desire to achieve greater connectivity and interdependence of certain parts of the world. A phenomenon that aims to remove almost all barriers in order to create a single, free market. The paper emphasizes the importance of international trade and how it is subject to the impact of globalization. As a result of the globalization of international trade, there is increased competitiveness and market congestion, resulting in a single global system. The consequences of the modern textile industry are categorized into environmental, social and health. The textile industry, as one of the dirtiest industries, is damaging the environment and society as a whole. The strong influence of the textile industry can be seen through the emergence of the fast fashion trend that explains why the textile industry stands for one of the most globalized industries in the world. With the development of the trend, the global popularity of the Inditex group is growing, which with its work encourages the trend of fast fashion and completely changes consumer behavior. What was once a fashion industry, prescribed by rules and intended only for high society, no longer exists. The trend of fast fashion lowers the price of clothing, but accordingly significantly reduces the quality. The key problems of today's functioning of the textile industry are the so-called slaves of the modern age. People working in textile production plants are exposed to inhumane working conditions, from unsafe constructions, harmful chemicals to overtime hours for which they are not paid. The aim of the thesis is to explain the functioning of international trade in modern society under the influence of globalization, to bring the textile industry as a challenge of modern times, to show the consequences of trade in clothing and to review the state of the textile industry in Croatia.

Keywords: globalization, international trade, textile industry, fast fashion, Inditex group

SADRŽAJ

1. Uvod	1
1.1. Metodologija rad	1
2. Teorijska podloga fenomena globalizacije	3
2.1. Definiranje i razvoj globalizacije	3
2.2. Subjekti globalizacije	9
2.3. Prednosti i nedostaci globalizacije	11
3. Međunarodna trgovina	13
3.1. Definiranje međunarodne trgovine	13
3.2. Utjecaj globalizacije na međunarodnu trgovinu	14
4. Tekstilna industrija kao izazov međunarodne trgovine u globalnom kontekstu	18
4.1. Pojmovno definiranje industrije tekstila	18
4.2. Trend „brza moda“	20
4.2.1. Pojava i utjecaj trenda	20
4.2.2. Inditex grupacija	25
4.3. Posljedice trgovanja odjećom	30
4.3.1. Ekološke posljedice	30
4.3.2. Socijalne posljedice	34
4.3.3. Zdravstvene posljedice	36
5. Rasprava	42
6. Zaključak	45
Literatura	47
Popis Slika	52
Popis Tablica	52
Popis Grafikona	52

1. Uvod

Globalizacija je nezaustavljivi proces koji ukida sve granice i omogućuje nesmetani protok informacija, kapitala, ljudi, proizvoda i usluga. Kao glavni izazov suvremenog doba, globalizacija ima snažan utjecaj na svaki segment društva. Glavni cilj globalizacije je stvaranje jedinstvenog tržišta kojim će se ostvariti međuovisnost i povezanost svih dijelova svijeta. Sukladno tome, dolazi do znatnog olakšanja sudionicima međunarodne trgovine zbog lakšeg ulaska na inozemno tržište. Ovaj fenomen ima pozitivne i negativne strane. Pozitivne strane vidljive su kroz povezanost svijeta, olakšanu komunikaciju i razmjenu informacija, kapitala, ljudi itd., dok negativne strane globalizacije vidljive su kroz svjetske probleme poput siromaštva, gladi, bolesti, izrabljivanja ljudi i zagađivanja okoliša. Izrazito negativne posljedice globalizacije vidljive su u svakoj industriji, pa tako i u najrasprostranjenijoj industriji svijeta, industriji tekstila i odjeće.

Industrija tekstila i odjeće danas je potpuno drugačija industrija naspram industrije prošlog stoljeća. Liberalizacijom tržišta tekstila dolazi do pojave trenda brze mode koja narušava sva pravila odjevnog svijeta i potiče masovnu proizvodnju koja znatno narušava kvalitetu industrije. Kroz diplomski rad spominje se svjetska grupacija Inditex koja je svojim djelovanjem i rasprostranjenosti vodeća grupacija trendovske mode. Svojim djelovanjem spomenuta grupacija mijenja ponašanje i navike potrošača, te predstavlja pravi primjer strateškog korištenja globalizacije u svrhu ostvarivanja poslovnih ciljeva. Odjevni trendovski predmeti možda jesu jeftini, ali nisu i besplatni. Skupu cijenu jeftinih komada plaćaju tzv. robovi modernog doba diljem svijeta.

1.1. Metodologija rad

U ovom poglavlju pojasniti će se metodologija rada, odnosno pojasniti će se cilj rada, struktura rada te korištene metode prilikom izrade rada.

Kako Zelenika (2006) ističe „u širem smislu metodologija je znanost o cjelokupnosti svih oblika i postupaka istraživanja pomoću kojih se dolazi do sustavnog i objektivnog znanstvenog znanja, ili znanstvena disciplina u kojoj se kritički ispituju i eksplicitno izlažu različite opće i posebne znanstvene metode, naziva se metodologija“.

Predmet rada je tekstilna industrija kao izazov međunarodne trgovine. Dok je cilj rada iznijeti spoznaje do kojih je došlo proučavanjem predmeta rada, vezanih uz analiziranje tekstilne industrije kao izazova suvremenog društva prema teorijskim osnovama. Ujedno će se pojasniti i fenomen globalizacije i njezin utjecaj na međunarodnu trgovinu.

Rad se sastoji od šest glavnih poglavlja: uvod, teorijska podloga fenomena globalizacije kroz koje se naglasak stavlja na razvoj i utjecaj globalizacije, zatim poglavlje međunarodne trgovine kroz koje se definira međunarodna trgovina i ističe kako ista podliježe utjecaju globalizacije, nadalje poglavlje tekstilne industrije kao izazova međunarodne trgovine u globalnom kontekstu, te rasprava kroz koju su istaknuta potencijalna rješenja suvremenog problema i zaključak.

Kako su podaci korišteni u pisanju rada bili isključivo sekundarnog karaktera, prilikom izrade diplomskog rada koristile su se sljedeće znanstvene metode definirane prema Zelenika (2014): deskriptivna metoda korištena prilikom teorijskog određivanja i definiranja pojmova, metoda kompilacije putem koje su se podaci i informacije prikupljeni od strane različitih izvora saželi u jednu cjelinu, metoda analize korištena prilikom istraživanja utjecaja industrije tekstila, te induktivna metoda na temelju koje se proučavanjem i analizom donio zaključak diplomskog rada.

2. Teorijska podloga fenomena globalizacije

Globalizacija predstavlja ključni izazov suvremenog društva. Ona je pojava koja ima snažan utjecaj na međuovisnost svijeta te koja direktno utječe na svaki segment društva. Predstavlja suvremeni fenomen koji za cilj ima ukinuti gotovo sve barijere u svrhu povezanosti svijeta i stvaranja jedinstvenog, slobodnog tržišta.

U ovom poglavlju obrađuje se teorijska podloga razvoja globalizacije kroz koje se naglasak stavlja na subjekte globalizacije te prednosti i nedostatke koje ovaj fenomen sa sobom nosi.

2.1. Definiranje i razvoj globalizacije

Globalizacija je skup procesa koji donose preobrazbu suvremenog društva kroz koju se želi postići sve veća povezanost i međuovisnost određenih dijelova svijeta. Globalizacija kao proces nadilazi granice zemalja i svakodnevno jača svjetsko, jedinstveno tržište. Razvojem društva dolazi i do novih potreba pojedinca što predstavlja pravo plodno tlo za globalizaciju. Globalizacija je dugogodišnji i nezaustavljivi proces koji iz dana u dan ima sve snažniji utjecaj.

Riječ „*global*“ označava ukupnost što je ključno obilježje ovog fenomena. Prema Lončar (2005) globalizacija predstavlja proces liberalizacije i otvaranja nacionalnih financijskih tržišta te njihova stapanja u globalno tržište kapitala. Globalizacija kao koncept ima različite definicije (Rahimić, 2013):

„1. Globalizacija se može definirati kao jačanje svjetskih društvenih odnosa koji povezuju udaljena mjesta na takav način da lokalna zbivanja oblikuju događanja koja se zbivaju kilometrima daleko i obrnuto. (Anthony Giddens, direktor *London School of Economics*)

2. Koncept globalizacije odražava osjećaj velikog širenja svjetske komunikacije kao i horizonta svjetskog tržišta. (Frederic Jameson, profesor književnosti na *Duke Universityju*)

3. O globalizaciji se može razmišljati kao o procesu (ili nizu procesa) koji utjelovljuju transformaciju u prostornoj organizaciji društvenih odnosa i transakcija – ocijenjenih po njihovoj rasprostranjenosti, intenzitetu, brzini i utjecaju – koji stvaraju transkontinentalne ili

međuregionalne tokove i mreže aktivnosti, uzajamnog djelovanja i iskazivanja moći. (David Held, profesor politologije na *London School of Economics*)

4. Globalizacija kao koncept odnosi se i na sažimanje svijeta i na jačanje svijesti o svijetu kao cjelini. (Ronald Robertson, profesor sociologije na *Pittsburgh Universityju*)

5. Globalizacija sažima vremenske i prostorne aspekte društvenih odnosa. (James Mittelman, profesor međunarodnih odnosa na *American Universityju*)“.

Sve prethodno navedene definicije imaju zajedničke odrednice kao što su širenje društvene povezanosti, djelovanja koja prelaze konzervativne okvire društva, jačanje svijesti o svijetu kao zajednici i poticanje rasta međusobne ovisnosti svijeta.

Globalizacija je „multidimenzionalni skup društvenih procesa koji stvaraju, umnožavaju, proširuju i pojačavaju međuovisnosti i razmjenu diljem svijeta dok istovremeno ljudi njeguju sve veću svijest o sve dubljim vezama između lokalnog i udaljenog“ (Steger, 2005).

Postavlja se pitanje kako je uopće došlo do razvoja globalizacije. Prema mišljenju Krešića (1996) „nakon Drugog svjetskog rata europske zemlje, neke tada u potpunosti razorene, ali novčano potpomognute od strane SAD-a, započele su s procesom međusobnog povezivanje“. Uz pojavu globalizacije usko je vezano i osnivanje GATT-a (*engl. General Agreement on Tariffs and Trade*) 1947. godine. Kada je riječ o tzv. ekonomskoj globalizaciji dolazi do učestalog povezivanja različitih gospodarstava što omogućuje nesmetanu razmjenu dobara, usluga, kapitala, ljudi itd. Glavni cilj GATT-a bilo je smanjivanje odnosno potpuno ukidanje prepreka trgovačke razmjene. Dolazi do visoke razine trgovačke međuovisnosti različitih dijelova svijeta i visoke razine razvita. Međusobna povezanost gospodarstava te razvatak tehnologije i znanosti su ključne odrednice ekonomske globalizacije.

Prema Rahimić (2013) „GATT se temeljio na načelima recipročnosti, liberalizacije i nediskriminacije“. Načelom recipročnosti određivala se visina trgovačkih olakšica, koje su morale biti ujednačene, između potpisnica GATT-a. Naime, uslijedilo je ukidanje pravila kako bi se potpomoglo gospodarstvima u razvoju. Sljedeće načelo, načelo liberalizacije poticalo je postepeno ukidanje odnosno reduciranje carina i ograničenja. Zatim, načelo nediskriminacije ukazivalo je zabranu jednostranog povećavanja carina od strane jedne zemlje potpisnice. 1994.

godine tadašnji GATT je preimenovan u Svjetsku trgovinsku organizaciju koja danas broji 153 zemlje članice.

Naime, pojava globalizacije dolazi s uzrocima ali i barijerama koji imaju snažan utjecaj na kretanje fenomena ali i brzinu širenja istog. Kao uzroke nastanka globalizacije u obzir se uzimaju politički, tehnološki, društveni te ekonomski faktori koji međusobnim djelovanjem čine ovaj fenomen.

Politički faktori globalizacije leže u ukidanju ograničenja za međunarodnu trgovinu. Dakle, uloga političkih faktora u procesu globalizacije je poticanje slobodne trgovine diljem svijeta. Prema prethodno spomenutom GATT-u dolazi do potpune liberalizacije tržišta što omogućava slobodnu trgovinu. Ujedno i pad komunističkog režima otvara mogućnost trgovine prema dugo izoliranim tržištima koja su potaknula razvoj daljnje globalizacije. Prema Rahimić (2013) „GATT i EEZ (*engl. Exclusive economic zone*), odnosno danas WTO (*engl. World Trade Organization - WTO*) i EU (*engl. European Union*), najvažnije su institucije koje su pridonijele ulasku stranih investicija u slabije razvijene zemlje svijeta i širenju globalizacije“.

Industrijska revolucija se često spominje kao pravo ishodište globalizacije što se može i potkrijepiti. Naime, prema Dickenu (1992) industrijalizacija je obilježila masovnu proizvodnju i geografsku specijalizaciju. Masovna proizvodnja zahtijeva i kvalitetno osmišljeni transportni sustav što rezultira napretkom i na tom području. Novi pristup inozemnim proizvodima, napredak u željezničkom i zračnom prometu još je jedan od razloga zašto su baš tehnološki faktori glavna pokretačka sila globalizacije. Revolucija informacijske i komunikacijske tehnologije omogućila je nesmetanu komunikaciju između dvaju ili više gospodarstava što ima važan utjecaj na razvitak globalizacije. Pojavom interneta, elektroničke pošte i dr. informacijsko-komunikacijskih kanala globalizacija poprima nove oblike i načine razvoja. Važno je naglasiti kako tehnološki faktori direktno utječu na ostale pokretačke sile globalizacije što rezultira konstantom potrebom za istraživanjem, razvojem te skraćivanjem životnog vijeka proizvoda.

Današnje društvo je prepoznatljivo po tzv. konzumerizmu što ujedno i obilježava društvene faktore globalizacije. „Danas su učestala mišljenja da je tzv. neoliberalni fundamentalizam doveo do nezasićene želje za dobit, neobuzdane težnje za sve većom potrošnjom, degradacije

tradicionalnih vrijednosti solidarnosti, urušavanja kvalitete obrazovanja, zdravlja i socijalne sigurnosti, uništavanja okoliša i drugih, za društvo negativnih posljedica“ (Žakman-Ban, 2016). Društvo svakodnevno svjedoči pojavama koje globalizacija sa sobom nosi ali potrošački vrijednosni sustav sprječava bilo koju vrstu promjene. Društveni faktori koji potiču razvoj globalizacije, kao što je masovna potražnja za dobrima, omogućava da ovaj fenomen ostavlja svoj utjecaj na svaki segment društva što rezultira zdravstvenim, ekološkim, kulturnim i socijalnim posljedicama.

Ekonomski faktori globalizacije leže u tržišnim silama poput konkurentnosti i multinacionalnih potrošača. Konkurentnost u samim počecima globalizacije najbolje se može primijetiti kroz primjer naglog širenje japanskih poduzeća 60-tih godina, koja su primjenjujući globalni sustav poslovanja, u potpunosti zasjenila američki i europski način djelovanja. S druge strane, dolazi do razvoja specifičnih grupa potrošača, multinacionalnih potrošača, koji su plod korištenja znanja i dijeljenja informacija.

U nastavku je važno naglasiti i barijere, odnosno faktore koji donekle sputavaju razvoj globalizacije. „Ograničavajući faktori otežavaju standardizaciju, koordinaciju i integraciju aktivnosti u lancu vrijednosti te se također mogu grupirati u četiri kategorije i to su: kulturološke, komercijalne, tehničke i pravne faktore“ (Lasserre, 2003).

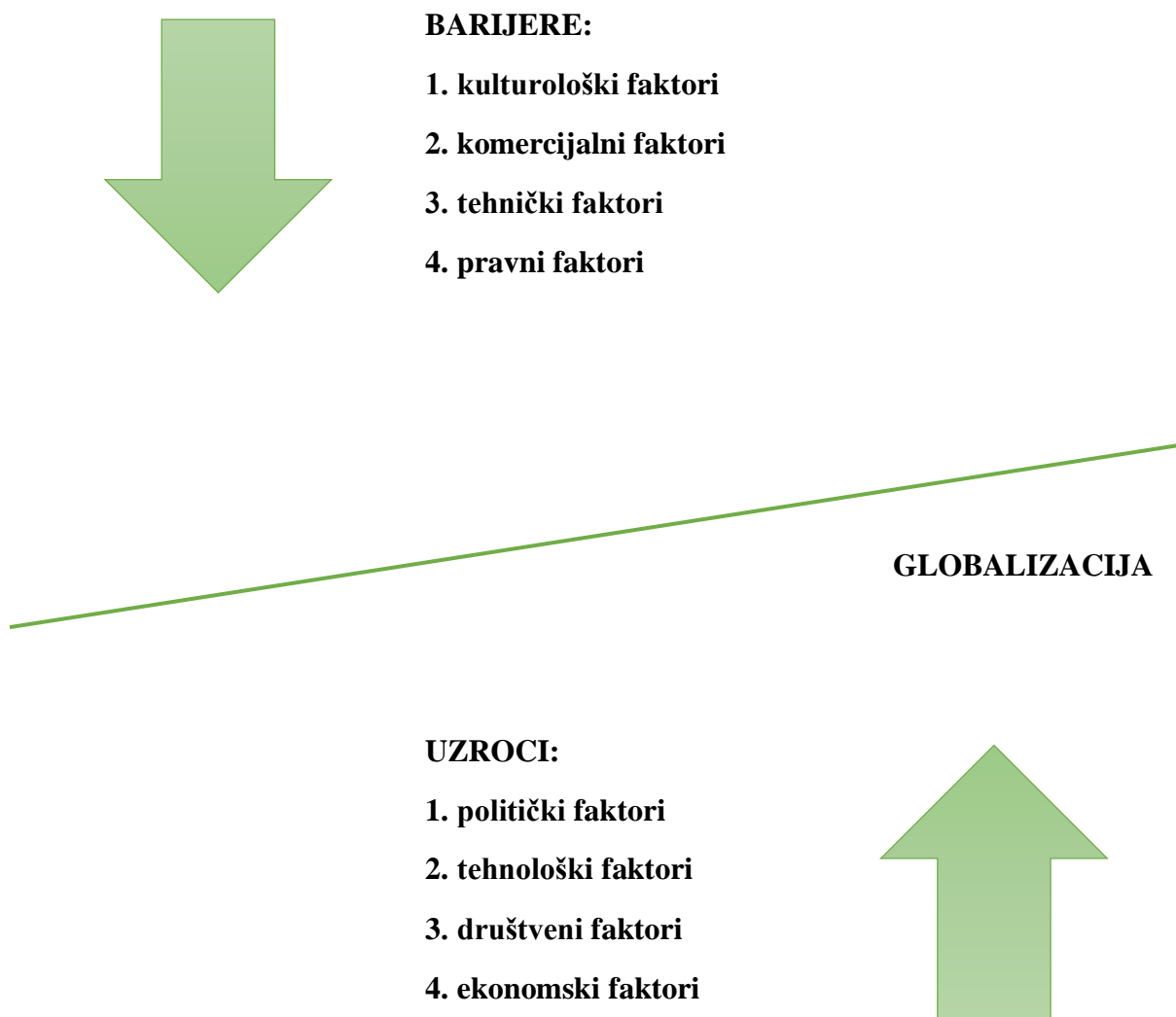
Kako je standardizacija proizvoda i usluga jedna od temeljnih obilježja globalizacije, pojava kulturoloških faktora sprječava potpunu realizaciju iste. Tradicija, kultura i određeni religiozni običaji imaju snažan utjecaj na izbor proizvoda ili usluga od strane potrošača. Primjerice, uzme li se u obzir prehrambene ili higijenske navike potrošača mogu se uvidjeti znatne razlike između zemljopisno udaljenih zemlja. Zatim, kada je riječ o industriji tekstila i odjeće kulturološki faktori znatno utječu na masovnu proizvodnju tzv. brzih komada zbog određenih preferencija potrošača potaknutih kulturološkim ili religioznim razlozima, kao npr. velika potražnja za dužim odjevnim predmetima. Dakle, koncept globalizacije, iako za ulogu ima stvaranje jedinstvenog tržišta, često je sputavana kulturološkim faktorima i potrebom za adaptaciju proizvoda i usluga za specifično tržište. Kada je riječ o posebnim strategijama nastupa na inozemnom tržištu odnosno adaptaciji proizvoda i usluga potrebno je napomenuti i komercijalne barijere globalizacije. Prema Rahimić (2013) „ograničavajući faktor globalizacije je i kastomizacija odnosno prilagodba proizvoda prema konkretnim potrebama potrošača“. Iako

postoji mogućnost umjerene standardizacije kroz određene poslovne procese, kulturološki i komercijalni faktori često predstavljaju najutjecajnije barijere globalizacije.

Tehnički faktori koji ograničavaju razvoj globalizacije mogu se promatrati kroz sljedeću razdiobu (Rahimić, 2013):

1. tehnički standardi (različitost tehničkih standarda između zemalja),
2. prostor (potreba industrije za proizvodnju i distribuciju dobara),
3. transport (ekonomičnija proizvodnja na lokalnim prostorima u odnosu na globalno rasprostranjene sektore),
4. jezik (učestalo ograničenje uslužnog sektora).

Pravni ograničavajući faktori globalizacije leže isključivo u slobodi tijeka ljudi, proizvoda, usluga, kapitala, informacija itd. Stvaranjem jedinstvenog tržišta dolazi do velikih pomaka, odnosno reduciranja, pravnih radnji koji omogućuju nesmetanu razmjenu. Rahimić (2013) ističe da „zahvaljujući međunarodnim institucijama poput MMF-a (*engl. International Monetary Fund*), WTO-a te raznim regionalnim integracijama poput EU-a, ASEAN-a (*engl. Association of Southeast Asian Nations*) i NAFTA-e (*engl. North American Free Trade Agreement*), nacionalne legislative postaju otvorenije prema globalizaciji“. Prethodno pojašnjene barijere i uzroci nastanka globalizacije u nastavku su slikovito prikazani kroz Sliku 1.



Slika 1. Uzroci i barijere globalizacije

Izvor: Izrada autora prema Rahimić (2013)

Prema McGrewu (1992) globalizacija za cilj ima unificirati gotovo sve aspekte modernog života, kao naprimjer modnu industriju, ali ujedno upućuje i na različitosti. Pojava teži i homogenizaciji proizvodnih procesa i asimilaciji globalnih elemenata u sklopu lokalnih. Međutim, utjecaj barijera koje znatno usporavaju razvoj globalizacije vidljive su kroz industriju tekstila. Naime, kako odjevni predmeti u današnje, moderno doba „čine čovjeka“ vrlo je zahtjevno ostvariti standardizaciju proizvoda s obzirom na značajan utjecaj kulturoloških faktora. Sukladno tome, globalizacija se može definirati kao spoj gospodarskih, socijalnih, kulturnih i ostalih procesa u svrhu postizanja što veće povezanosti svijeta.

2.2. Subjekti globalizacije

Globalizacija kao koncept „smanjivanjem“ svijeta postiže veću povezanost i međuovisnost zemalja. Naglim razvojem međunarodne razmjene, kroz koju dolazi do razmjene ne samo dobara i usluga već ljudi, kapitala, informacija itd. dolazi do pojave novih, utjecajnih trendova globalizacije.

Trendovi koji su doprinijeli naglom razvoju globalizacije su sljedeći (Rahimić, 2013):

1. nova tržišta,
2. novi akteri,
3. nova pravila i norme,
4. novi komunikacijski kanali.

Razvojem društva pojavljuju se prethodno navedeni trendovi koji direktno utječu na širenje globalizacije. Naime, svojim djelovanjem ističu se tri subjekta, Međunarodni monetarni fond (*engl. International Monetary Fund - IMF*), Svjetska banka (*engl. World Bank – WB*), multinacionalne kompanije i Svjetska trgovinska organizacija (*engl. World Trade Organization - WTO*) koji su rastumačeni u nastavku rada.

Pred sam kraj završetka Drugog svjetskog rata, kada se ukazala potreba za radikalnim promjenama sustava, dolazi do ideje o stvaranju novog ekonomskog poretka koji će direktno utjecati na međunarodno financijsko uređenje. Međunarodni monetarni fond kao najpoznatija i najutjecajnija svjetska financijska organizacija osnovana je 27.12.1945. godine. Gotovo je nemoguće za pojedinca da shvati koliku moć i utjecaj ima Međunarodni monetarni fond. Kao jedan od najvažnijih subjekata globalizacije ima moć upravljanja i mijenjanja svih financijskih procedura. „Pozitivne, ali i negativne odluke rukovoditeljskih i stručnih organa MMF-a u međunarodnom financijskom svijetu postižu veliko štovanje i posebice svaka pozitivna odluka MMF-a otvara vrata gotovo svih svjetskih financijskih institucija i organizacija“ (Vizjak, 2006).

Kada je riječ o financijskom djelovanju u procesu globalizacije važno je naglasiti i ulogu Svjetske banke. Svjetska banka predstavlja svjetski najveći izvor financiranja putem kojeg se

želi suzbiti siromaštvo u nerazvijenim zemljama, kroz kojeg se potiče održivi razvoj i stvaranje svjetske zajednice koja će usklađeno rasti.

„WTO je organizacija s jasno određenim ciljevima, načelima, strukturom i izvorima financiranja dok je GATT (*engl. General Agreement on Tariffs and Trade*) bio samo skup, u biti privremenih, pravila s provizornom organizacijskom strukturom“ (Andrijanić, 2012). Kako WTO upravlja razmjenom dobara i usluga dolazi do značajnih promjena na tom području krajem prošlog stoljeća. Dolazi do potpune liberalizacije tržišta što značajno utječe na industriju tekstila i njeno djelovanje. Naime, određivanjem novih smjernica djelovanja WTO-a industrija tekstila osigurava, liberalizacijom tržišta, premještanje proizvodnih pogona, te masovnu proizvodnju i prodaju.

Kao četvrti, najvažniji subjekt globalizacije važno je istaknuti djelovanje multinacionalnih kompanija. Prema Lončar (2005) „multinacionalne tvrtke uključuju u svoje poslovanje milijune ljudi širom svijeta koji su međusobno povezani usprkos velikim udaljenostima. One nadziru planetarne resurse, kapital i tehnologiju. Na taj se način širi gospodarstvo bez granica i posluje se kao da nema gospodarskih i političkih barijera“. Multinacionalne kompanije kao razloge nastupa na inozemnom tržištu najčešće ističu širenje djelovanja, stvaranje ekonomije obujma, jačanje konkurentnosti, izbjegavanje ograničenja, motivirajući faktori itd. Međutim, kada je riječ o proizvodnom sektoru gdje dolazi do intenzivne proizvodnje, kao npr. industrija tekstila, glavni razlozi nastupa na stranom tržištu je jeftinija proizvodnja, jeftinija radna snaga što ima izravne štetne posljedice.

Iako je djelovanje triju najvažnijih subjekata kvalitetno usklađeno jasno je kakav utjecaj na svaki segment društva imaju, što i Jošt (2000) ističe „globalizacija nas odvodi natrag u doba feudalizma, kada je moć i bogatstvo bilo u rukama malobrojne, super bogate elite, ili još čak i dalje - u vrijeme rimske imperije. Međutim, sada umjesto imperatora i rimskih legija imamo Svjetsku trgovinsku organizaciju (*engl. World Trade Organization - WTO*), s pratećim agencijama - Međunarodnim monetarnim fondom (*engl. International Monetary Fund - IMF*), Svjetskom bankom (*engl. World Bank - WB*) i tehnološki izvanredno opremljenim US/NATO udarnim snagama“. Gotovo je nemoguće ne zamijetiti koliko pojedinac ima mali, gotovo nikakav, utjecaj, a kolike posljedice podnosi svakodnevno.

Međutim, bez obzira što u teoriji propisani način djelovanja glavnih subjekata globalizacije nalaže održivi razvoj, suzbijanje siromaštva i razvoj društva, praksa nalaže baš suprotno. Industrija tekstila je pravi primjer kako se liberalizacijom tržišta znatno narušila kvaliteta života društva u cijelosti. Iskorištavanje radne snage u slabije razvijenim zemljama i izrazito narušavanje ekološkog sustava su samo neke od posljedica „ispravnog“ djelovanja subjekata globalizacije.

2.3. Prednosti i nedostaci globalizacije

Globalizacija se svojim djelovanjem i razvojem ukorijenila u svaki segment društva. Rezultati njena djelovanja, odnosno kakav učinak globalizacija ima na određenu zemlju ovisi o razini razvijenosti te zemlje. Naime, pojedinci razvijenih zemalja globalizaciju žive svakodnevno i stoga ju smatraju isključivo pozitivnom pojavom. Na primjer, građani Europe žive vrlo užurbano i svakodnevno uživaju rezultate djelovanja globalizacije kroz putovanja, jednostavni transport, povezanost svijeta, upoznavanja novih kultura i sl. Međutim, slabo razvijene zemlje ubiru negativne plodove globalizacije. Siromaštvo i iskorištavanje jeftine radne snage samo su jedna od negativnih učinaka globalizacije s kojima društvo, gotovo i nije, upoznato.

Najčešće istaknute prednosti koje globalizacija svojim djelovanjem nosi su sljedeće (Andersen, 2003):

- Komunikacija preko granice,
- Dostupnost informacija,
- Tehnološki napredak,
- Razvoj globalne ekonomije.

Prethodno istaknute prednosti su ono čemu globalizacija teži. Stvaranje jedinstvenog tržišta kroz koje će biti olakšana trgovina, komunikacija i transport što rezultira troškovnom efikasnošću, razvojem globalne ekonomije, razvojem trgovine i rastom svjetskog BDP-a. Industrija tekstila pravi je primjer ubiranja plodova globalizacije gdje se postiže troškovna efikasnost premještanjem proizvodnih pogona u slabo razvijene zemlje, što rezultira masovnom proizvodnjom odjevnih predmeta te sukladno tome dolazi do snažne ekspanzije industrije. Dok s druge strane, negativan aspekt globalizacije puno je snažnijeg utjecaja jer direktno utječe na

pojedince i njegovu kvalitetu života, a sukladno tome narušava kvalitetu cjelokupnog društva. Negativni aspekti globalizacije su navedeni u nastavku (Andersen, 2003):

- Društvena nejednakost,
- Zaštita rada,
- Okoliš.

Prethodno navedeni negativni aspekti globalizacije reflektiraju se kroz siromaštvo, iskorištavanje radne snage, visoku razinu standardizacije, bolesti, narušavanje kulturnih vrijednosti itd. Sukladno tome, tekstilna industrija kao jedna od najutjecajnijih zagađivača svojim načinom djelovanja promiče negativan utjecaj globalizacije na svjetsku razinu.

Kako Karalić (2009) navodi da „svjesno ili nesvjesno, globalizacija briše razlike među narodima i ljudima, u odnosu na njihovu povijest, jezik i kulturu, tj. u odnosu na sve što jedan narod čini narodom i što treba i dalje čuvati. Negativni trendovi i vidovi mogu se lako uočiti na gospodarskom, političkom, socijalnom, kulturalnom, etičko-ekološkom i religijskom području“. Iako globalizacija u teoriji predstavlja proces ukidanja granica i povećanja slobode, praksa često nalaže baš suprotno. Dolazi do zanemarivanja ekološkog, društvenog i kulturnog aspekta. Gotovo je nemoguće, kroz suvremene načine dijeljenja informacija, uvidjeti kolike posljedice globalizacija ostavlja na način dosadašnjeg funkcioniranja društva. Posljedice su zdravstvenog, socijalnog i društvenog karaktera. Globalizacija se u svakodnevnom životu provlači kao koncept s izrazito pozitivnim utjecajem na ekonomski razvoj zemalja, na razvoj društva, na razvoj zajednice. No, kroz ovaj rad istinske posljedice djelovanja globalizacije, s naglaskom na tekstilnu industriju, dobivaju veći prostor.

3. Međunarodna trgovina

Međunarodna trgovina sastavni je dio ekonomskog sustava svijeta, ali i pojedinačno svake zemlje. Ukupnost razmjene dobara, usluga i svih resursa privrede na globalnoj razini potiču ekonomsku efikasnost i razvoj svjetske ekonomije. U ovom poglavlju definirat će se međunarodna trgovina i približiti utjecaj globalizacije na istu.

3.1. Definiranje međunarodne trgovine

Vanjska trgovina predstavlja djelatnost koja se temelji na razmjeni dobara i usluga jedne zemlje s inozemstvom. Iako vrlo blisko, važno je pojasniti razliku između vanjske trgovine i međunarodne trgovine. „Dok pod vanjskom trgovinom razumijevamo ukupnost razmjene jedne zemlje s drugim zemljama, međunarodnu trgovinu možemo definirati kao ukupni opseg razmjene između zemalja cijelog svijeta, odnosno ukupnost razmjene na globalnom tržištu“ (Andrijanić, 2012).

Privrede svojim djelovanjem izvan granica matične zemlje i suradnjom s drugim zemljama potpomažu globalizaciji u stvaranju jedinstvenog, svjetskog gospodarskog sustava. Sukladno tome, prema Andrijaniću (2012) međunarodna trgovina stoji za nositelja gospodarskog napretka i iznosi interese svih privreda na globalnom tržištu. Dakle, važnost međunarodne trgovine leži u bržem ekonomskom razvoju, kvalitetnijem iskorištavanju privrednih kapaciteta, korištenju plodova tehnološkog napretka i podizanju produktivnosti na visoku razinu.

Klasična razdioba međunarodne trgovine je na uvoz i izvoz. Uvoz se kroz međunarodnu trgovinu ostvaruje prilikom osiguravanja dobara i usluga iz drugih zemalja. Kako je cilj postići što višu razinu produktivnosti, uvozom se osiguravaju sirovine, materijali, energija, finalni proizvodi i sl. čija bi proizvodnja u domaćoj privredi ili utrošila više resursa ili je proizvodnja ne izvediva. S druge strane, izvozom međunarodna trgovina direktno utječe na ekonomičnost sustava, povećava proizvodnost i kao rezultat toga dolazi do porasta nacionalnog dohotka. Međunarodno poslovanje predstavlja aktivnosti poduzeća koja se temelje na međunarodnim ulaganjima ili međunarodnoj razmjeni. Zadaća međunarodnog poslovanja je razmjena dobara između dva ili više vlasnika s ciljem da određeno dobro dospije u ruke onoga koji ga ne proizvodi. Postoje tri ključne važnosti međunarodnog poslovanja (Lazibat, 2004):

1. korištenje prednosti troškovnih razlika,
2. postizanje ekonomije razmjera i ostvarivanje profita,
3. zaštita domaćeg tržišta kompanije.

Kako je međunarodna trgovina jedan od najvažnijih gospodarskih segmenata svake zemlje potrebno je voditi računa o razini kvalitete resursa i razini zadovoljena potreba stanovništva.

3.2. Utjecaj globalizacije na međunarodnu trgovinu

Globalizacija, uključujući političke, socijalne i ekonomske procese, često je povezana s multinacionalnim tvrtkama i investicijama, međunarodnom trgovinom i regionalizmom, globalnim financijama i novcem. Sami proces globalizacije bilježi smanjenu aktivnost i kontrolu nacionalnih vlada nad njihovim gospodarstvom i trgovinom te tu ulogu u sve većem obujmu preuzimaju međunarodne tvrtke. S druge strane, nacionalne ekonomije pokušavaju ići u korak s promjenama gospodarskog sustava deregulacijom njihovih međunarodnih trgovinskih barijera putem regionalnih trgovinskih sporazuma i ekonomske integracije. „U temeljima globalizacije leži snažna tendencija približavanja idealu slobodne trgovine (engl. *free trade*) što u cijelosti odgovara slici potpune konkurencije na svjetskom tržištu“ (Mačević, 2018).

Ekonomski aspekt globalizacije predstavlja fenomen koji se odnosi na sve veću međuovisnost svjetskih ekonomija kao rezultat sve većih razmjera prekogranične trgovine robama i uslugama, protok međunarodnog kapitala te široko i brzo širenje tehnologije. Odražava kontinuirano širenje i međusobnu integraciju tržišnih granica i predstavlja nepovratan trend gospodarskog razvoja u cijelom svijetu. Regionalna integracija uključuje mnoštvo koraka koji povećavaju konkurentnost zemalja sudionica procesa globalizacije, ne samo preferencijalni pristup trgovini, već i malim i udaljenim zemljama pomaže u povećanju kapaciteta opskrbe u regiji proizvodne mreže što zauzvrat omogućava tim zemljama pristup globalnim tržištima. Međutim, posljedice globalizacije i pridruživanja sporazumima o slobodnoj trgovini ili ekonomskoj integraciji variraju od zemlje do zemlje zbog njihovog zemljopisnog položaja, prirodnih resursa koje imaju i razine gospodarskog razvoja.

Radikalna transformacija gospodarskog života predstavljena je procesom globalizacije koji je rezultirao generalizacijom tržišnog gospodarstva, povećanjem proizvodnje, cirkulacijom

informacija, proizvoda, ljudi i kapitala te provedbom tehničkih sustava koja postaje učinkovitija. Nacije više nisu samodostatne u globalnoj ekonomiji i one se uključuju u trgovinu na različitim razinama kako bi prodale ono što proizvedu da dobiju ono što im treba. Države obično proizvode učinkovitije u nekim gospodarskim sektorima od svojih trgovinskih partnera. Kao što naglašava konvencionalna ekonomska teorija, trgovina na kraju promiče ekonomsku učinkovitost i može se zaključiti da globalizacija proizvodnje pridonosi globalizaciji trgovine. Porast i širenje procesa globalizacije rezultat je brojnih čimbenika poput napretka u liberalizaciji svjetske trgovine i kretanju kapitala, tehnološkog napretka koji je podrazumijevao značajno smanjenje troškova prijevoza, komunikacije i koordinacije, sve veća otvorenost tržišne ekonomije zemalja u razvoju s posebnim naglaskom na velike ekonomije poput Kine i Indije čiji je razvoj utjecao na ubrzavanje procesa globalizacije u zemljama srednje i istočne Europe. Globalizacija je rezultirala većom međusobnom povezanošću tržišta širom svijeta i povećanom komunikacijom i sviješću o poslovnim prilikama u dalekim krajevima svijeta. Više ulagača može pristupiti novim mogućnostima ulaganja i proučavati nova tržišta na većoj udaljenosti nego prije. Potencijalni rizici i mogućnosti za profit lakše su dosegnuti zahvaljujući poboljšanoj komunikacijskoj tehnologiji. Proizvodi i usluge prethodno dostupni u jednoj zemlji dostupni su novim tržištima izvan zemlje zbog globalizacije.

Prema Lazibatu (2004) „globalizacija dovodi do nastanka globalnog tržišta i globalnih proizvoda, jačanja međupovezanosti nacionalnih gospodarstava, a unutar njih regija i gradova“. Osim toga, zemlje s dobrosusjedskim odnosima mogu sve više ujediniti svoja gospodarstva povećanim ulaganjima i trgovinom.

Utjecaj globalizacijskih tokova na vrijednost međunarodne trgovine zabilježen je još tijekom 1970-tih godina. U tom pogledu kontinuirani rast međunarodne trgovine, kako u apsolutnom iznosu, tako i u odnosu na globalni nacionalni dohodak može se uzeti kao trend koji je u narednim godinama se nastavljao i bio sve značajniji. Rastuća uloga multinacionalnih korporacija sljedeća je posljedica globalizacije, budući da one preuzimaju vodeću ulogu u međunarodnoj trgovini posebno u pogledu udjela trgovine koja se odvija unutar korporacija. Rast trgovine u pacifičkoj Aziji javlja se kao treća zabilježena posljedica rane globalizacije, jer su mnoga gospodarstva razvila izvozno orijentiranu razvojnu strategiju koja je bila povezana s neravnotežama u komercijalnim odnosima. Empirijski dokazi upućuju na to da je globalizacija značajno potaknula gospodarski rast u istočnoazijskim gospodarstvima poput Kine, Republike

Koreje i Singapura. Međutim, nisu sve zemlje u razvoju podjednako uključene u globalizaciju, niti se može reći da sve imaju jednaku korist od toga. Preciznije rečeno, osim većine zemalja istočne Azije i Latinske Amerike, zemlje u razvoju prilično su se sporo integrirale sa svjetskom ekonomijom. S obzirom na to da su i dalje prisutne nejednakosti između razvijenih, zemalja u razvoju i manje razvijenih zemalja, utjecaj globalizacije može se dovesti u pitanje.

Povećana konkurentnost i napučenost tržišta sve više se javlja kao rezultat globalizacije. Tvrtke šire svoje ciljno područje, šireći se s lokalnih područja i matičnih zemalja na ostatak svijeta. Odjednom se neke tvrtke bore protiv jake konkurencije izvan svoje matične zemlje. To ih je prisililo na izvor materijala i prepuštanje radne snage iz drugih zemalja. Ova priča o 'izvorima i outsourcingu' pretvorila je mnoge tvrtke u globalne, aktivno tražeći proizvodna mjesta i partnere za nove pothvate, no globalizacija je to olakšala kao i sam prijelaz na globalna tržišta.

Što se tiče primjera Europske unije, tehnološki napredak, niži troškovi prijevoza i liberalizacija politike unutar EU i drugdje, doveli su do povećanja trgovinskih i financijskih tokova između zemalja. To ima važne implikacije na funkcioniranje cjelokupnog gospodarstva EU-a. Iako globalizacija donosi ogromne koristi i mogućnosti, to također znači da se Europa mora suočiti s povećanom konkurencijom u svim robama i uslugama kojima se trguje. Kroz globalizaciju, tvrtke iz EU-a dobivaju lakši pristup novim tržištima koja se šire te izvorima financiranja i tehnologiji, dok potrošači imaju pristup većoj raznolikosti robe po nižim cijenama. Za EU postoje potencijalni značajni dobici, uključujući višu razinu produktivnosti i stvarne plaće. Javnost globalizaciju često povezuje s gubitkom posla i pritiskom na smanjenje plaća i uvjeta rada. Navedene se tjeskobe temelje na strahovima da povećana konkurencija zemalja s niskim plaćama vrši pretjerani pritisak na lokalne proizvođače i radnike što može rezultirati zatvaranjem tvornica u njihovoj zemlji. Iako ove razumljive zabrinutosti nisu nove, čini se da ih je pojačalo brzo pojavljivanje Kine i Indije na svjetskoj trgovinskoj sceni. Povrh svega, široka upotreba informacijskih tehnologija sve više nagriza granice između onoga čime se može, a čime ne može trgovati.

Izazov koji se stavlja pred sve zemlje pa tako i samu EU je pronaći adekvatan odgovor na globalizaciju i pretvoriti njene potencijalne koristi u stvarne dobitke, uspješno se nositi sa strukturnim ekonomskim promjenama i minimalizirati socijalne troškove. Da bi se postigle koristi globalizacije, EU se mora prilagoditi na način na koji se faktori proizvodnje, poput

kapitala, preusmjeravaju s djelatnosti i poduzeća koja ne mogu izdržati povećani konkurentski pritisak na one koji na tome mogu napredovati. Međutim, prilagođavanje ekonomskih struktura premještanjem resursa između poduzeća i djelatnosti ima negativne utjecaje. Strukturna prilagodba rigidnijih tržišta rada, kapitala i proizvoda može biti skupa i bolna. Poduzimajući mjere za poboljšanje funkcioniranja tržišta EU-a i za poticanje inovacijskih performansi, EU pomaže skratiti postupak prilagodbe, a ciljanim političkim akcijama poput Europskog fonda za prilagodbu globalizaciji (EGF) koji pomaže pogođenim radnicima. Europska komisija igra važnu ulogu u izradi koherentne strategijske politike za suočavanje s izazovima globalizacije. Ona pomno analizira razvoj glavnih trendova u svjetskoj trgovini, te povezane tokove izravnih stranih ulaganja i učinak EU-a. Također, redovito analizira utjecaj globalizacije na gospodarske performanse EU-a i pruža savjete o politikama.

Kojim intenzitetom će se razvijati međunarodna trgovina nije još poznato ali sigurno je jedno, razvoj međunarodnog djelovanja dovesti će do nepostojanja nacionalnih i lokalnih ekonomija što će rezultirati jedinstvenim globalnim sustavom.

4. Tekstilna industrija kao izazov međunarodne trgovine u globalnom kontekstu

Pojava i razvoj globalizacije postavljaju nove uvjete rada u svim industrijama. Razvoj tekstilne industrije za vrijeme utjecaja globalizacije zahtijeva cjelokupnu promjenu dosadašnjeg funkcioniranja iste. Kako globalizacija potiče stvaranje jedinstvenog tržišta i uključuje ekonomske i političke, socijalne i tehnološke procese, industrija tekstila se nalazi u izazovnom vremenu. Konkurentska prednost je ključna za opstanak prilikom djelovanja globalizacije i kao rezultat toga proizvođači tragaju za što jeftinijim proizvodnim sustavom putem kojeg će ostvariti rezultate iznad očekivanih.

U ovom poglavlju definirat će se industrija tekstila, zatim će se pojasniti pojava i razvoj popularnog trenda „brza moda“, te će biti izloženo stanje tekstilne industrije u Republici Hrvatskoj. Naglasak ovog poglavlja leži u razdiobi negativnih posljedica koje djelovanje industrije tekstila sa sobom nosi.

4.1. Pojmovno definiranje industrije tekstila

Tekstilna industrija jedna je od najstarijih industrija koja ima snažan utjecaj na cirkuliranje radne snage i kapitala, te čini jednu od rasprostranjenijih industrija svijeta. Raznolika i heterogena industrija koja je prepoznata kako u privatnom tako i u poslovnom sektoru. Dok jedni tvrde da začeci tekstilne industrije sežu do sredine 16. stoljeća gdje dolazi do izuma stroja za pletenje, nakon kojeg se industrija postepeno razvijala, drugi tvrde kako je tekstilna industrija svoje korijene pustila i ranije prvim korištenjem pamuka, koji je danas ključno vlakno za izradu tekstila. Međutim, tek nakon 1. svjetskog rata tekstilna industrija doživljava veliki napredak i snažan rast na području Europe i SAD-a. No, unazad nekoliko desetljeća tekstilna industrija plodno tlo pronalazi na području Srednje i Južne Amerike, Turske, Kine i zemalja u razvoju.

Industrija tekstila tehnološki je jedna od zahtjevnijih industrija čiji je finalni proizvod rezultat snažnog proizvodnog procesa. „Tekstilni proizvod je svaka sirovina, poluproizvod ili gotovi proizvod, djelomično ili u cijelosti ručno izrađen proizvod, te djelomično ili potpuno izrađen konfekcijski proizvod koji se sastoji isključivo od tekstilnih vlakana, bez obzira na primijenjeni postupak miješanja ili sastavljanja“ (NN 41/2010). Dakle, sve od prirodnih vlakana poput svile,

pamuka, vune, jute do umjetnih, najlon, viskoza, poliester čine široki proizvodni spektar tekstilne industrije.

Kako je razvoj globalizacije ostavio trag na privredu tako globaliziranjem industrije dolazi do poistovjećivanja industrije tekstila s modnom industrijom. Prema Britannica (2010) „modna industrija sastoji se od četiri razine: proizvodnja sirovina, uglavnom vlakana i tekstila, ali i kože i krzna; proizvodnja modne robe od strane dizajnera, proizvođača, dobavljača i drugih; maloprodaja; i razni oblici oglašavanja i promocije“. Međutim, mnogi se ne bi složili s poistovjećivanjem dviju industrija jer se proizvodni proces industrije tekstila sastoji od tkanja, bojanja, prerade kako bi se izradio komad tekstila, što prethodi ciklusu dizajniranja i prodaje modnih komada.

Prema Stenggu (2001) prekretnica za tekstilnu i odjevnu industriju bio je završetak procesa liberalizacije globalne tekstilne i odjevne trgovine 2005. godine od strane WTO-a. Tekstilna industrija omogućenom slobodom tržišta postaje jedna od prvih industrija koja je svoje poslovanje, proizvodni sektor stacionirala u manje razvijene zemlje i zemlje u razvoju. Korištenje jeftine radne snage tj. niskih troškova plaća uz sve potrebno znanje i tehnologiju, tekstilnu industriju čine jednu od globalno najrazvijenijih industrija. Osim visoke razine globalne razvijenosti, konstantnim rastom proizvodnje industrija tekstila postaje i drugim po redu globalnim industrijskim zagađivačem, nakon naftne industrije.

„Ovo je gospodarsko okruženje odgovorilo značajnim restrukturiranjem i moderniziranjem svojih aktivnosti i poboljšanjem strukture troškova putem vanjskih usluga posebno radno intenzivnih operacija - napuštajući tako one dijelove lanca vrijednosti u kojem se pokazalo da je Europa sve manje konkurentna. Sve je to rezultiralo znatnim smanjenjima u pogledu proizvodnje i zapošljavanja u EU i sve većim prodorom na tržište EU uvozom tekstilne i odjevne robe“ (Stengg, 2001).

Kao i svaka druga industrija, tekstilna industrija je podlegla snažnom utjecaju globalizacije. Industrija koja se od svojih početaka temeljila na tradicionalnom pristupu, uvijek prepoznata kao tradicionalna industrija danas je prepoznata po svojoj štetnosti. Kako Anić i dr. (2008) nalažu, glavne slabosti industrije tekstila su zagađivanje okoliša i iskorištavanje rade snage. Otvaranjem tržišta, tekstilna industrija doživljava preokret gdje od 2005. godine pa sve do danas

dolazi do neprestanog rasta i razvoja. Premještanje proizvodnog sektora u nerazvijene zemlje zbog jeftine radne snage dovodi do enormnog povećanja proizvodnje i ostvarivanja profita, što je kao i u svakoj industriji glavni cilj. Osim toga industrija tekstila potiče razvoj konzumerizma što dovodi do pojave trenda „brza moda“ gdje se znatno narušava kvaliteta proizvoda i u prvi plan se stavlja kvantiteta. Kako su temelji tekstila u prirodnim vlaknima, kojih količinski nema dovoljno za zadovoljavanje potreba potrošača, uvode se umjetna vlakna i kao rezultat njihove prerade dolazi do znatnog narušavanja okoliša i društva u cijelosti. Tekstilna industrija, kao globalizirana industrija danas je prepoznatljiva po svojoj štetnosti i problematičnom stanju.

4.2. Trend „brza moda“

Učestalim promjenama na tržištu industrije tekstila i odjeće od proizvođača se očekuje visoka razina fleksibilnosti i dinamičnosti što će omogućiti zadovoljavanje potreba potrošača. Sve veći razvoj konzumerizma dovodi društvo u stanje prekomjerne potražnje za određenim dobrima što je rezultiralo pojavom trenda „brza moda“ koja je obilježila industriju tekstila i odjeće.

4.2.1. Pojava i utjecaj trenda

Prema Woense i dr. (2020) modna industrija je druga industrija na svijetu koja najviše narušava cjelokupnom eko-sustavu, nakon naftne industrije. Kao drugi po redu zagađivač svijeta, industrija tekstila svojom masovnom proizvodnjom odjeće ostavlja izrazito snažan i negativan učinak na okoliš i čovjeka. Postavlja se pitanje kako je uopće došlo do intenzivnog razvoja trenda koji ostavlja nepopravljive posljedice na društvo u cijelosti.

Do sredine prošlog stoljeća modna industrija je na godišnjoj bazi izrađivala četiri kolekcije vezane uz proljeće, ljeto, jesen i zimu. Dizajneri su imali zahtjevan zadatak predviđanja što će se potrošačima svidjeti u nadolazećoj sezoni i svojim radom, talentom i trudom mjesecima bi se pripremali za novu kolekciju. Ovaj način rada je potrajao sve dok moda i modna industrija nisu otvorili svoja vrata masi. Naime, moda je sve do sredine 20. stoljeća imala propisana pravila koja su se morala poštivati i bila je namijenjena isključivo visokom društvu. „Tek 1960-ih, pravovremena marketinška kampanja za papirnatu odjeću pokazala je da su potrošači spremni za trend brze mode“ (The Good Trade, 2018). Ono što je potaknulo industriju na masovnu proizvodnju sa smanjenim troškovima i ubrzanim radom je izražena želja i potreba potrošača. Zašto uložiti puno truda, rada, kapitala i vremena u nešto što će biti skupo za masu,

u nešto što je namijenjeno samo određenoj strukturi društva, kada se može proizvoditi masovno za puno manje uloženog. Može se reći kako to ima smisla, ali gledajući s druge strane ono što trend sa sobom nosi, na društvo, utječe isključivo negativno.

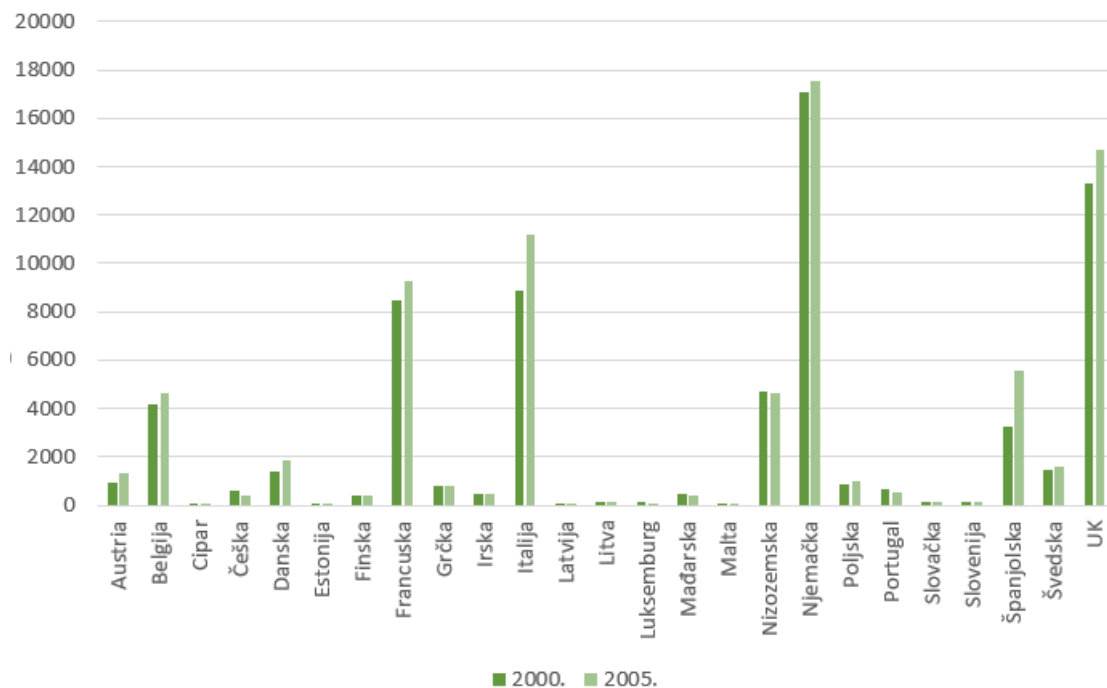
„Brza moda je metoda dizajna, proizvodnje i marketinga usmjerena na brzu proizvodnju velike količine odjeće. Proizvodnja odjeće koristi replikaciju trendova i nekvalitetne materijale kako bi javnosti predstavila jeftine stilove. Ovi jeftino izrađeni, trendovski komadi rezultirali su kretanjem u industriji prema ogromnim količinama potrošnje“ (The Good Trade, 2018). Brza moda svoj vrhunac ostvaruje sredinom 2000-tih kada dolazi do naglog porasta potražnje za sve većim količinama odjevnih komada. Nažalost, nagli porast potražnje rezultira masovnom proizvodnjom sve jeftinijih i niskokvalitetnih odjevnih predmeta. Postavlja se pitanje tko je zaslužan za situaciju u modnom sektoru, tvrtke koje privlače potrošače ili jednostavno čovjek koji ima poriv.

Danas, što je nekad iznosilo četiri kolekcije godišnje, poznate marke su pretvorila u otprilike 50 mikro kolekcija, što znači da dolazi do dvotjedne, ponekad tjedne, isporuke novih kolekcija u trgovine. Sergan (2019) ističe kako „trenutno tvrtke proizvode 53 milijuna tona odjeće u svijetu godišnje. Ako industrija nastavi eksponencijalnim tempom rasta, očekuje se da će doseći 160 milijuna tona do 2050. godine“. No, što se događa s neiskorištenom odjećom, odjećom koju trgovine ne uspiju prodati. Primjerice, poznati brend H&M 2018. godine ostvario je neprodane odjeće u vrijednosti preko 4,2 milijarde, čija proizvodnja samo ostavlja značajne posljedice a kamoli njezino nepravilno zbrinjavanje. Naime, brend tada svijetu pruža jedan od najvećih tzv. modnih krijesova spaljivanjem svog neprodanog inventara te ispušta nemjerljive količine stakleničkih plinova u atmosferu. Međutim, ne može se sva krivica usmjeriti isključivo na proizvođače zato što jednako značajan utjecaj ima i društvo. Da nije došlo do razvoja konzumerizma i da svakodnevno potražnja za tzv. „brzim komadima“ ne raste proizvođači ne bi sveli svoje poslovanje na jeftinu i nekvalitetnu robu. Kada je riječ o spomenutom trendu važno je osvrnuti se na ponašanje i navike potrošača. „Koliko često nosimo odjeću opalo je za 36% tijekom posljednjih desetljeća i pol, a mnogi od nas odjeću nose samo 7 do 10 puta prije nego što završi na odlagalištu otpada“ (Segran, 2019). Činjenica je kako je društvo prestalo planirano kupovati odjeću za dugotrajnu namjenu i koristi samo 20-tak% odjeće iz prepunih ormara, a ostatak nepravilno odlaže ili čak nikad ne odjene.

Trend brze mode funkcionira kroz sljedeće etape (Young, 2021):

1. odjeća postaje jeftinija,
2. kako cijene odjeće padaju, pada i kvaliteta,
3. dok cijene padaju, modni trendovi se ubrzavaju.

Prethodno navedene etape zajedno s tjednim kolekcijama navode čovjeka da kupuje sve više odjeće kako ne bi izašao iz trenda i sukladno tome ne mare za odjećom koju već posjeduju. Tekstilna industrija kao jedna od najstarijih temeljila se na tradiciji i kulturi naroda. Danas, ta ista industrija ne može opstati bez visokih razina uvoza jeftinog tekstila. Naime, lokalni proizvođači ne mogu zadovoljiti potrebe domaćih potrošača što svakodnevno doprinosi razvitku brze mode. Društvo konzumerizma svojim potrebama i navikama vapi za uvozom.



Grafikon 1. Uvoz industrije tekstila i odjeće na području Europe

Izrada autora prema Eurostatu (2007)

Kroz Grafikon 1. uspoređuje se razina uvoza (izražena u milijunima eura) 2000. i 2005. godine. Zabilježeni podaci se promatraju od 2000. godine zato što su se tada počele odvijati značajne promjene u industriji tekstila potaknute liberalizacijom tržišta tekstila i poticanjem sve veće

proizvodnje. Razina uvoza je u većini istaknutih zemalja izrazito visoka, no bez obzira na to kroz razdoblje od pet godina ona se osjetno povećala. Primjerice, Italija koja je poznata po svojoj radno intenzivnoj tekstilnoj proizvodnji, u razmaku od samo pet godina povišili su svoj uvoz za otprilike 3,5 milijuna eura, što je značajan porast. Naime, porast uvoza potaknut je naglim porastom potražnje koju domaći proizvođači nisu u stanju zadovoljiti, te kao rezultat toga dolazi do uvoza velikih količina jeftinog tekstila iz Indije, Turske i slabo razvijenih zemalja Azije.

Moda kao jedna od najprljavijih industrija ulaže sve napore u kvalitetan marketing i odnosne s javnošću kako društvo ne bi uvidjelo što se točno krije iza jednog odjevnog predmeta. U nastavku je navedeno pet stvari koje modna industrija ne želi da čovjek sazna (Whitehead-Lorh, 2014):

1. modna industrija je kreirana tako da se čovjek nakon jednog tjedna osjeća kao da je „izvan trenda“ – društvo je već upoznato s tjednim kolekcijama poznatih marki, međutim nije svjesno koliko učestala izloženost novim trendovima utječe na njihovu potrošnju,
2. „popusti“ nisu zapravo popusti - česta je pojava da se etikete poznatih modnih lanaca šivaju na jeftinu i niskokvalitetnu odjeću koja se kasnije prezentira kao markirana odjeća na popustu,
3. jeftina odjeća sadrži opasne kemikalije - poznato je kako se obradom tkanine koriste izrazito opasne kemikalije koje se zadržavaju u odjeći i kasnije korištenjem ispuštaju u organizam,
4. odjeća je dizajnirana da se raspada - poslovni modeli poznatih modnih lanaca temelje se na potrošačevoj želji za novim odjevnim komadima što dolazi nagonski ako se odjeća raspada,
5. perle i šljokice često su pokazatelj dječjeg rada - proizvođači često pronalaze načine uštede, poput uštede na skupim strojevima, preko rada slabo plaćenih radnika koji poslove obavljaju u katastrofalnim uvjetima ili čak od kuće uz pomoć svoje djece.

Postoje određena obilježja kako prepoznati marku koja je aktivni sudionik brze mode. Neki od obilježja su sljedeći, kratki vremenski razmak između prve pojave određenog komada na modnoj pisti i policama, inozemna proizvodnja zbog jeftine radne snage, sastav odjeće se temelji na jeftinim materijalima poput poliestera, te ograničena količina odjevnog predmeta koja navodi na instant kupnju. Prethodno spomenuta obilježja navode kako se tržište modne industrije svakodnevno mijenja i napreduje. U samim počecima poslovni model modnih kuća bio je usmjeren ka kvalitetnoj proizvodnji, no to se danas u potpunosti promijenilo, danas poslovni modeli modnih kuća usmjereni su isključivo tržištu i potrošačima. Proizvođači se trude fleksibilnost i dinamičnost tržišta iskoristiti na što bolji način kako bi ostvarili konkurentsku prednost.

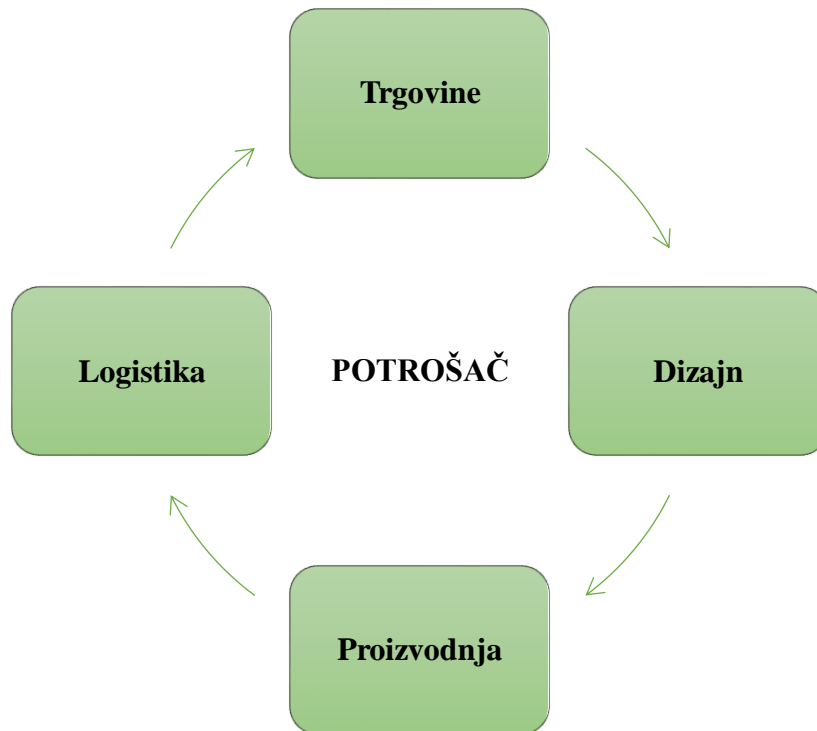
Brza moda je koncept koji će i dalje utjecati na modnu industriju te u nadolazećim desetljećima moći će direktno utjecati na način razmišljanja potrošača. Široka ponuda kroz „*high street*“ trgovine, luksuzne trgovine i outlete daje mogućnost potrošačima privid kako upravljaju svojim novcem i kako sami donose odluke. Čovjek se svojim stilom predstavlja svijetu. Modni izričaj je od izrazite važnosti jer kroz modu čovjek šalje poruku čak i kada ne govori. Industrija je sve do 2000-tih godina imala pravila koja su se morala poštivati. No, danas modna industrija doživljava potpuni preokret. Koje posljedice trgovina odjećom ostavlja na čovjeka i okoliš detaljno je objašnjeno u nastavku rada. Možda je brza moda jeftina ali nije i besplatna. Netko udaljen kilometrima od osvijetljenih izloga plaća izrazito visoku cijenu.

Kako Dory (2018) naglašava „trebat će vremena da se industrija brze mode uspori. Trendovi koji su već pokrenuti inicijativom „*Make Fashion Circular*“ i drugima, počinju se skupljati. Ali da bismo prestali rastezati svoj planet, svi moramo odigrati svoju ulogu“ (Dory, 2018). Naime, inicijativa „*Make Fashion Circular*“ potiče evidenciju održivosti marki i njihovih proizvoda, te smanjivane globalnog otpada modne industrije reciklažom i ponovnom uporabom. Iako je vrlo izazovno usporiti ovaj rastući trend, inicijative poput spomenute ulijevaju nadu. Nemjerljive posljedice koje je brza moda ostavila na ekološko, socijalno i zdravstveno stanje svijeta i društva unazad 20-tak godina nije moguće izbalansirati ali ako postoji inicijativa koja može napraviti promjenu za buduće generacije, ovo društvo okrenuto konzumerizmu treba podržati istu.

4.2.2. Inditex grupacija

Svijet mode doživljava značajan pomak i stavljen je pred mnoge izazove od 1963. godine, kada sa svojim radom i djelovanjem započinje jedan od najvećih svjetskih modnih prodavača. Riječ je o Inditex grupaciji koja je započela kao mala obiteljska tvrtka u radionici za izradu ženske odjeće, a danas broji osam robnih marki zastupljenih diljem svijeta. U posljednjih 58 godina, koliko tvrtka posluje, mnogo toga se promijenilo, tržište i apetiti se povećali, no temeljna ideja i bit Inditex grupe ostaje nepromijenjena, potrošač je u središtu svega što rade.

Prema Inditex around the world (2021) sjedište grupacije nalazi se u Arteixu (A Coruña, Španjolska) te se 54% tvornica nalazi u njegovoj neposrednoj blizini, a surađuje se s 1.805 dobavljača i 8.543 tvornica širom svijeta. Robne marke koje čine temelj poslovanja grupacije su: Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home i Uterqüe. Sve robne marke dostupne su kupcima putem internetske platforme na 216 tržišta te putem 6829 trgovina rasprostranjenih na 96 tržišta (Inditex around the world, 2021). No, ništa od navedenog danas ne bi bilo ostvareno da tvrtka od prvog dana nije usko surađivala sa svim robnim markama na jedinstven način, fokusirajući se na ključne elementne modne industrije poput dizajna, proizvodnje, distribucije i maloprodaje, gdje temelj čine tri stupa: fleksibilnost, digitalna integracija i održivost. „Inditex-ov poslovni sustav ima četiri ključna čimbenika uspjeha koji dodaju vrijednost kupcima: (i) dnevna prodaja i analiza povratnih informacija kupaca, (ii) redovite promjene u prikupljanju na temelju potražnje zahvaljujući malim proizvodnim serijama, (iii) izvršene isporuke dva puta tjedno širom svijeta i (iv) ulaganje u informacije i komunikaciju tehnologija“ (Lopes, 2014). U nastavku je slikovito prikazan poslovni model Inditex grupacije kroz Sliku 2.



Slika 2. Poslovni model Inditex grupacije

Izvor: Izrada autora prema Lopes (2014)

Amancio Ortega Gaona je glavni pokretač i osnivač cijele priče koja je 1963. započela pod nazivom Confecciones GOA, gdje je kratica GOA predstavljala njegove inicijale. Riječ je o jednom od najbogatijih trgovaca na svijetu koji je poznat pod nazivom "pionir brze mode". 2012. godine osnivač i izvršni predsjednik Ortega, svoju direktorsku poziciju prepušta dotadašnjem potpredsjedniku Inditexa, no i dalje aktivno sudjeluje u radu cijele grupacije iako ima 80 godina. Danas je vlasnik 60% udjela Inditexa te se nalazi na 11. mjestu Forbesove liste najbogatijih ljudi na svijetu s procijenjenom imovinom od 77 bilijuna američkih dolara (Forbes, 2021).

Posao započinje na sjeverozapadu Španjolske u maloj, skromnoj radionici Confecciones GOA za izradu haljina, sa svega nekoliko zaposlenika. U idućih desetak godina tvrtka se brzo proširila, broj zaposlenika je prešao brojku od 500, a nakon 12 godina izrade tekstila 1975. Ortega otvara prvu trgovinu u A Coruñi pod nazivom Zara. Prema Lopes (2014) Zara kao najveća i najviše internacionalizirana marka Inditex-a, Zara je glavni pokretač rasta i internacionalizacije, te pridonosi više od 60% ukupne prodaje Inditex-a. Već godinu dana kasnije, Zarin pristup modi ocjenjuje se kao uspješan jer smanjuje različitosti između modnih

preferencija i kupaca, približavajući kupcima, više nego ikad prije, proizvode koje žele po pristupačnoj cijeni. Ortega se odlučuje na širenje poslovanja duž cijele Španjolske te tako otvara devet trgovina u nekim od najprestižnijih trgovačkih četvrti u najvećim španjolskim gradovima. Godinu dana kasnije otvara se prvi logistički centar, također sa sjedištem u Arteixu, površine 10.000 četvornih metara. Ključni trenutak odvija se 1985. godine kada dolazi do osnutka Inditexa kako bi se više tvrtki okupilo pod jednim stijegom.

Tijekom 1991. godine dolazi do prvog širenja grupacije, te se Zari pridružuju dvije nove modne marke: Pull & Bear i Massimo Dutti. Pull & Bear kao nova modna marka Inditex grupe mladima nudi odjevne predmete ležernog stila. Između 2002. i 2013. godine nova marka pronalazi ostvaruje snažan prodor na 47 novih tržišta. Iako Pull & Bear nije zastupljen na području Afrike i Južne Amerike, prema Lopes (2014) „doprinos Pull & Bear-a ukupnoj prodaji Inditexa ostao je stabilan i kreće se između 6,3% i 7,1%“.

Nakon navedenog na red dolaze Belgija, Švedska, Malta, Cipar, Norveška i Izrael. 1998. grupaciji se pridružuje robna marka Bershka koja je namijenjena mladim ljudima, a iste godine Inditex prvi put otvara trgovine u Velikoj Britaniji, Turskoj, Ujedinjenim Arapskim Emiratima, Kuvajtu, Libanonu, Japanu, Argentini i Venezueli. 1999. Inditexu se priključuje i Stradivarius brand prilagođen mladim i dinamičnim ženama, te sam Inditex ulazi na još 9 novih tržišta: Nizozemska, Njemačka, Poljska, Saudijska Arabija, Bahrein, Kanada, Brazil, Čile i Urugvaj. Sukladno nagloj ekspanziji poslovanja dolazi do značajnog povećanja broja prodajnih jedinica Inditex grupacije. Zara kao najpoznatiji brend grupe u razdoblju od 2002. do 2013. godine utrostručuje broj prodajnih mjesta. 2013. godine Inditex grupacija kroz svoje prepoznate brendove broji 6340 prodajnih jedinica. U nastavku rada kroz Tablicu 1. prikazan je značajan trend rasta prodajnih jedinica po brendu u razdoblju od 2002. do 2013. godine.

Tablica 1. Broj prodajnih jedinica po brendu

	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.
Zara	590	792	852	1001	1175	1361	1520	1608	1723	1830	1925	1991
Pull&Bear	296	350	371	427	467	519	583	626	682	747	816	853
Massimo Dutti	250	297	326	369	399	426	470	497	530	573	630	665
Bershka	197	253	302	368	433	510	591	651	720	811	885	954
Stradivarius	153	191	227	263	304	381	456	515	593	684	780	858
Oysho	72	76	104	154	201	290	374	392	432	483	524	549
Zara Home	0	26	62	110	152	204	239	261	284	310	357	394
Uterqüe	0	0	0	0	0	0	31	57	80	89	92	76
Ukupno	1558	1985	2244	2692	3131	3691	4264	4607	5044	5527	6009	6340

Izvor: Izrada autora prema Lopes (2014)

Analiza poslovnog uspjeha Amancia Ortege usko je povezana za jedinstvenim poslovnim modelom brze mode. Model se temelji na dvjema osnovnim idejama koje govore da kupcu treba pružiti ono što želi i u najkraćem mogućem roku. „Kroz ovaj postupak, Inditex izbjegava velike zalihe i rizik te promiče čestu kupnju. Modni predmeti pronađeni u većini Inditexovih maloprodajnih formata imitacija su dizajnerskih stilova, koje Inditex izviđa na pistama u Parizu i Milanu te u katalogima visoke mode. Inditex ne zapošljava dobro poznate dizajnere, već koristi tim od 300 ljudi koji smišljaju proizvode koji odražavaju ove trendove po pristupačnijoj cijeni“ (Vincent i dr., 2013). Međutim, poslovanje Inditex grupacije je pravi primjer strateškog korištenja globalizacije u svrhu ostvarivanja svojih ciljeva. Slabo plaćena radna snaga što rezultira visokom zaradom su prave odlike poslovanja ove grupacije. Iako za javnost grupacija ostvaruje ekološke certifikate, potpisuje sporazume, pravo pitanje je što se događa iza svijetla

reflektora. Koliko je radne snage potrebno da se masovno proizvodi tolika količina odjeće ili kako je moguće neprodani inventar u tim količinama propisano odložiti riječ je u nastavku rada.

Kako je moguće ostvariti visoku razinu globalne popularnosti bez da se ulaže u marketing strategije i kupovinu reklama. Inditex na prvo mjesto stavlja potrošača, pruža mu tjedne kolekcije koje prate najnovije trendove i ka tome je usmjeren sav fokus. Sektor proizvodnje, koristeći umjetne i kemikalijски prerađene materijalne, ima samo cilj popunjavanja polica diljem svijeta. „Jedno je sigurno: ako se odjeća treba reciklirati u velikim količinama, kvaliteta stvari od koje je izrađena mora biti visoka. Ali visokokvalitetna i brza moda rijetko idu zajedno“ (Müller, 2020).

Inditex grupacija svoje poslovanje želi predstaviti u što bolje svjetlu. Tehnološki napredni proizvodni pogon i zalaganje za ljudska prava je ono što Inditex ističe, međutim u praksi to i nije baš potpuno točno. Industrija tekstila poznata je kao najprljavija i nehumana industrija te Inditex grupacija kao vodeća grupacija brze mode daje svoj doprinos redovitim popunjavanjem polica.

Kako Crofton (2007) ističe „kraći ciklus dizajna do maloprodaje omogućuje Inditexu da u svoje trgovine unese više stilova i da ih stalno ažurira. Dok mnogi konkurenti proizvode šalju u trgovine svakih dvanaest tjedana, Inditex to čini dva puta tjedno“. Ovim pristupom Inditex u potpunosti mijenja način ponašanja i navike potrošača i samim time potiče trend brze mode. Naime, iza tzv. brzih komada koje trgovine poput Zare, Pull & Beara, Stradivariusa i dr. nude izradili su robovi modernog doba. „Većina vodećih modnih tvrtki kombinira dizajn i prodaju, ali prepušta proizvodnju, često kooperantima s niskim plaćama u istočnoj Aziji i drugdje. U potrazi za jeftinom radnom snagom, tvrtke koriste mreže kooperanata koji mogu kupovati, bojiti, vesti i šivati tkanine svaki u drugoj zemlji“ (Crofton, 2007). Brza moda podrazumijeva proces kroz kojeg se nedavno viđeni odjevni predmetni s modne piste u vrlo kratkom roku prenose na police trgovina. Takav model poslovanja potiče izrabljivanje ljudi, dječji rad i trgovinu ljudima zato što poznati brendovi, poput brendova Inditex grupacije, nisu u mogućnosti vremenski ispuniti uvjete tog načina poslovanja i sukladno tome svoje proizvodne pogone premještaju izvan granica matične zemlje. Naime, kako brza moda zahtijeva kvalitetno razrađenu logistiku poslovanja i kvalitetan transport dolazi do znatnih ušteda na kvaliteti proizvoda i proizvodnji, odnosno radnoj snazi. Proizvodni pogoni smješteni su u manje

razvijene zemlje što grupaciji omogućava neetično poslovanje kroz ne poštivanje prava radnika, prekovremeni rad, plaće niže od minimalaca itd.

Kako Toit (2018) ističe „u zemljama koje se bave masovnom proizvodnjom ovih predmeta malo se radi na zaštiti radnika i maloljetnih osoba zaposlenih u ovom sektoru. Zbog toga su žene i mladi radnici zarobljeni u siromaštvu. Neki od tih radnika provode 14 sati dnevno u dućanima u zamjenu za 3 dolara, dok se moraju nositi s uznemiravanjem“. Izrabljivani radnici vape za pomoći ali društvo kao da ih ne vidi od svijetla izloga. Međutim, bitno je naglasiti kako je način poslovanja Inditex grupacije stavljen pod povećalo nakon što je u javnost izašla poruka pronađena u Zarinom odjevnom predmetu. Naime, tvornički radnici iz Istanbula u džepove odjevnih predmeta poznatog brenda Zare ubacili su papiriće putem kojeg su molili potrošače da im pomognu u borbi za bolja radna prava. Prema Toit (2018) poruka je glasila: „Napravila sam ovaj odjevni predmet koji ćete kupiti, ali nisam plaćena za njega“. Nedugo nakon odjeka javnosti, tvornica je zatvorena preko noći i radnici nikada nisu plaćeni za svoj rad.

Inditex grupacija je osnovana na izrabljivanju radnika kroz koje se potiče siromaštvo i nejednakost. Trend brza moda i djelovanje Inditex grupacije, kao jedne od najvećih sudionika trenda, istinski su problem današnjeg društva. Dok se na jednom kraju svijeta ljudi doslovce kidaju za haljinu, koja će kroz tjedan dana izaći iz trenda, na drugom kraju svijeta odrasli ljudi ali i djeca, robovi modernog doba, snose najveće posljedice, siromaštvo, izrabljivanje, nejednakost.

4.3. Posljedice trgovanja odjećom

Industrija tekstila kao jedna od vodećih zagađivača modernog doba, svojim djelovanjem ostavlja ozbiljne posljedice na okoliš i društvo u cijelosti. Prema Vrčeku (2017) posljedice tekstilne industrije mogu se gledati kroz sljedeću razdiobu: ekološke, socijalne i zdravstvene. Kroz nastavak rada slijedi detaljniji prikaz posljedica djelovanja tekstilne industrije.

4.3.1. Ekološke posljedice

Odjevnim komadima pojedinci izražavaju svoju individualnost, izražavaju svoj stil, svoje raspoloženje, međutim okoliš trpi visoko štetne posljedice. Ekološke posljedice prouzrokovane djelovanjem industrije tekstila su rezultat svakodnevnog rasta potražnje i potrebe za sve većom

proizvodnjom tekstilnih proizvoda. Konstantan rast potražnje i konstantno zadovoljavanje potreba potrošača dovelo je do, gotovo nepovratnog, zagađenja okoliša. Prema EPRS-u (European Parliamentary Research Service, 2020) „odjeća, obuća i tekstilni proizvodi za kućanstvo doprinose onečišćenju voda, emisijama stakleničkih plinova i gomilanju otpada na odlagalištima“.

Pojavom sve veće potražnje za proizvodima tekstilne industrije dolazi do nestašice prirodnih materijala. Vrček (2017) naglašava da je porast potražnje naveo proizvođače da tragaju za alternativom koja može nadomjestiti potrebne količine pamuka i svile, najtraženijih prirodnih materijala industrije tekstila. Dolazi do proizvodnje viskoze kao glavne alternative za prirodne materijale tzv. „umjetna svila“. Viskoza je unazad nekoliko desetljeća obilježila modnu industriju, njezina oznaka s jedne strane krase jeftine tekstilne proizvode, dok s druge dizajnerske komade tekstilne industrije. Viskoza je često predstavljala prirodni materijal zato što se vlakna viskoze izvlače iz drveta i prerađuju. Sukladno tome, osim učestalosti korištenja, viskozi je obilježila i zelena oznaka. Međutim, zelena oznaka na komadima izrađenim od viskoze nije opravdana s obzirom na to da se „proizvodnja viskoze temelji se na intenzivnoj uporabi vrlo agresivnih kiselina (sulfatna kiselina) i lužina (natrijev hidroksid) te štetnih kemikalija, u prvom redu – ugljikova disulfida“ (Vrček, 2017).

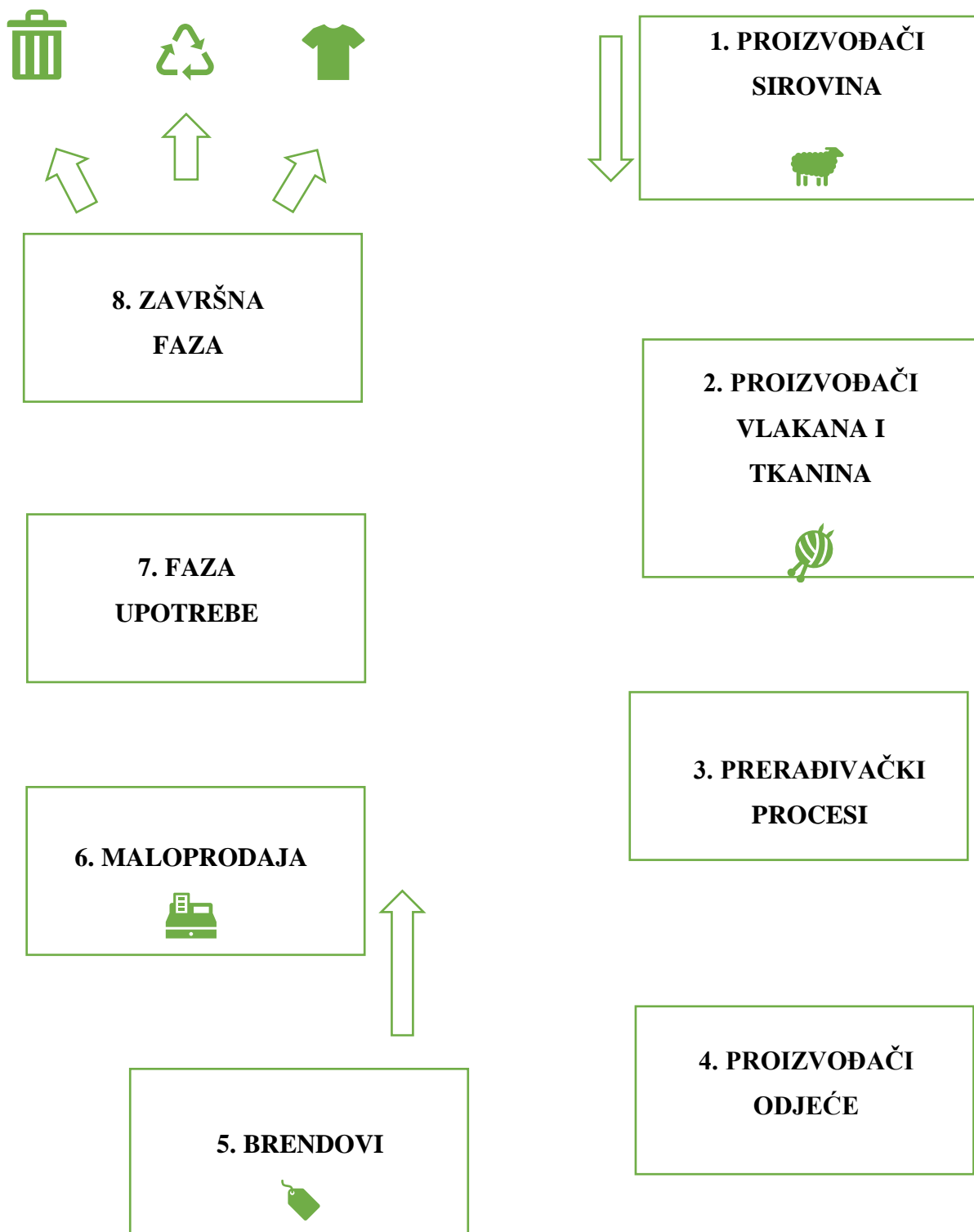
Industrija tekstila ostavlja nemjerljiv i neizbrisiv trag na okoliš. Naime, društvo nije ni svjesno u kojoj mjeri svakodnevne, uobičajene radnje utječu na razvoj industrije tekstila i zagađivanje okoliša. Primjerice, traperice su osnovni odjevni predmet gotovo svakog pojedinca, ne razmišljajući koliko samo jedno pranje istih narušava okolišu. Prema UNEP-u (The United Nations Environment Programme, 2018) „uzimajući u obzir proizvodnju, transport i pranje pamuka - za izradu jednog para traperica potrebno je 3.781 litara vode. Postupak je jednak oko 33,4 kilograma emisije ekvivalenta ugljika, poput vožnje 111 kilometara ili gledanja 246 sati TV-a na velikom ekranu“.

Tekstilna industrija jedna je od najrazvijenijih industrija svijeta čiji utjecaj raste iz dana u dan. Kako na dnevnoj bazi dolazi do porasta potražnje za tekstilnim i odjevnim proizvodima proporcionalno snažni i rad tekstilnih tvornica. Kada je riječ o ekološkim posljedicama trgovanja odjećom naglasak se stavlja na nepravilno zbrinjavanje otpadnih voda tekstilnih tvornica. U procesu prerade sintetičkih vlakana koriste se otrovne kemikalije koje zahtijevaju

propisano i kvalitetno zbrinjavanje, što naravno nije provedeno u praksi. Izneseni su sljedeći podaci vezani uz djelovanje industrije tekstila (The World Bank, 2019):

- „Svake godine modna industrija koristi 93 milijarde kubika vode - dovoljno da zadovolji potrebe za potrošnjom pet milijuna ljudi,
- Oko 20% otpadnih voda širom svijeta dolazi od bojanja i obrade tkanina,
- Od ukupnog unosa vlakana koji se koristi za odjeću, 87% se spaljuje ili odlaže na odlagalište otpada,
- Modna je industrija odgovorna za 10% godišnjih globalnih emisija ugljika, više od svih međunarodnih letova i pomorskog brodarstva zajedno. Ovim tempom emisije stakleničkih plinova modne industrije porast će više od 50% do 2030. godine,
- Ako se demografski i životni obrasci nastave takvi kakvi su sada, globalna potrošnja odjeće porast će sa 62 milijuna metričkih tona u 2019. na 102 milijuna tona za 10 godina,
- Svake se godine u ocean baci pola milijuna tona plastičnih mikrovlakana, što je ekvivalent od 50 milijardi plastičnih boca“.

Kada se u pitanje stavlja ekološki otisak industrije tekstila bitno je naglasiti korištenje vode, emisijskih plinova, energije, kemikalija i njihovo nepropisano zbrinjavanje. Lanac vrijednosti tekstilne industrije može se sažeti u osam koraka. Proces započinje proizvodnjom sirovina koja se sastoji od uzgoja pamuka, celuloze, stoke, izvlačenja nafte i plina te procesa recikliranja. Nadolazeće faze se sastoje od prerade tkanina, izbjeljivanja, bojanja, dizajniranja, šivanja, prodaje i korištenja. Djelovanjem ovih faza dolazi do korištenja energije i ispuštanja emisijskih plinova, onečišćenja vode, upotrebe kemikalija, krčenja šuma i narušavanja biološke raznolikosti, te dolazi i do prerade životinjske kože. Na samom kraju, završna faza uključuje ponovno korištenje odjeće, recikliranje ili nepravilno odlaganje. Cijeli proces izrade konfekcijskog proizvoda ima značajan utjecaj na okoliš te u tome leži problematičnost ove industrije. Prethodno pojašnjeni lanac vrijednosti tekstilne industrije slikovito je prikazan kroz Sliku 3.



Slika 3. Lanac vrijednosti odjeće i tekstila

Izvor: Izrada autora prema WWF-u (2017)

Tekstilna industrija ostavlja negativan učinak na okoliš kroz svaku fazu proizvodnog ali i uporabnog procesa.

Kako bi se ekološke posljedice industrije sažele ističe se neodrživi utjecaj tekstilne industrije kroz (Pavunc i dr., 2014):

- Doprinos klimatskim promjenama (paljenje fosilnih goriva),
- Toksične kemikalije (u fazi proizvodnje),
- Povećanje tekstilnog otpada (nebiorazgradivi otpad, brza promjena trendova),
- Potrošnja vode (upotreba velike količine vode u procesu),
- Neobnovljive sirovine (fosilna goriva koja se koriste kao glavna sirovina u proizvodnji),
- Zauzimanje prostora (veliki prostor za uzgoj vlakana i životinja).

4.3.2. Socijalne posljedice

Uz rast globalne potražnje uvjeti rada u tvornicama industrije tekstila gotovo je nemoguće promijeniti. Sve dok ima potrebe za tekstilom postoji i mogućnost ostvarivanja profita. Kako cijena odjeće, obuće i drugih tekstilnih proizvoda ne raste, sukladno trendu brze mode ona je sve niža, na proizvođačima je da pronađu način kako izbalansirati proizvodnju i prodaju. Proizvodni pogoni smještaju se u manje razvijene zemlje gdje se radnik ne cijeni, gdje su plaće minimalne i gdje se narušavaju prava radnika. Multinacionalne kompanije svakodnevnim iskorištavanjem radne snage, niskim plaćama i životno opasnim uvjetima rada, ostvaruju samo jedno, zaradu.

U nastavku se ističe utjecaj industrije tekstila na društvo kroz (Pavunc i dr., 2014):

- Niske plaće (plaća niža od one potrebne za život, siromaštvo),
- Niske standarde rada (loši i nesigurni uvjeti rada),
- Nisko kolektivno pregovaranje (onemogućeno osnivanje sindikata),
- Nedostatak pravedne trgovine (spriječenost subvencijama i propisima).

Osim navedenih utjecaja industrije, dolazi i do spolne diskriminacije, dječjeg rada i zdravstvenih posljedica na radnike koje su pojašnjene u nastavku rada. Tekstilna industrija, odnosno proizvodni pogoni predstavljaju pokretačku silu slabo razvijenih azijskih zemalja. Iza etikete na konfekcijskim komadima stoje izrabljivani radnici zemalja poput Bangladeša,

Kambodže i Šri Lanke. Minimalne mjesečne plaće zemalja istaknutih u Tablici 2. su zaista poražavajuće za čovjeka i njegov rad. Plaće koje ne mogu pokriti niti osnovne životne troškove ne smiju biti dozvoljene, a kamoli kad se uz to pridodaju životno opasni uvjeti rada. Primjerice, zaposlenici tekstilnih tvornica u Kambodži zaposleni su u teškim uvjetima putem privremenih ugovora što im onemogućava slobodu volju, onemogućava korištenje radničkih prava. Prisiljeni raditi i izvan radnog vremena kako bi zadržali radno mjesto, zarađuju od 120 do 150 dolara mjesečno. Naime, niska cijena rada u Kambodži privlači sve više investitora koji na stranom tržištu nastupaju sa specifičnim uvjetima, ponekad fizički i humano težim. „Opću percepciju odjevne i tekstilne industrije na globalnom Jugu potiču samo slike sumornih uvjeta rada i neprikladnih tvornica, opisi radnih sukoba s policijom i analize niskih plaća i eksploatatorskih multinacionalnih korporacija“ (Sanchita, 2004).

Tablica 2. Minimalne plaće radnika odjevne industrije

ZEMLJA	MINIMALNA MJESEČNA PLAĆA (izražena u kunama)	ZADNJE PROMJENE
Bangladeš (engl. <i>Bangladesh</i>)	400 kn	2013. godine
Kambodža (engl. <i>Cambodia</i>)	880 kn	2016. godine
Šri Lanka (engl. <i>Sri Lanka</i>)	840 kn	2016. godine

Izvor: Izrada autora prema *Minimum-Wage Organization* (2021)

Radnici koji trpe nehumane uvjete rada tzv. robovi Trećeg svijeta su potpuno zanemareni od strane vlasnika kompanija i cjelokupnog globaliziranog sustava. Dana 24. Travnja 2013. godine dolazi katastrofalne nezgodne u Bangladešu, koja je usmrtila više od 1100 radnika, prouzrokovana nepropisanom gradnjom. Kako Smithers (2013) navodi „ilegalno izgrađena osmoetažna Rana Plaza srušila se na hrpu dok su tisuće ljudi radile u njoj, u pet tvornica odjeće

koje opskrbljuju glavne zapadne marke, uključujući Primark, Matalon, Mango i Benetton“. Tek nakon katastrofalne nesreće društvo razvijenih zemalja ima priliku ostvariti uvid u nehumane uvjete rada, uvjete rada koji su od životne opasnosti za radnika, onog koji je zaslužan za konfekcijski komad iz obližnjeg trgovačkog centra. Kao rezultat poziva u pomoć dolazi do potpisivanja obvezujućeg sporazuma pod nazivom „*The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh*“ koji osigurava radnicima prostorno sigurnije uvjete rada u odnosu na prije. Međutim, nesiguran prostor je samo jedan od socijalnih posljedica industrije tekstila koji se, bez obzira na potpisivanje petogodišnjeg sporazuma, nije riješio jer su nesreće u tvornicama tekstila učestale, postavlja se pitanje što je s ostalim socijalnim komponentama.

Temeljen prethodno napisanog želi se prikazati pravo stanje industrije tekstila s kojom se čovjek ne susreće svakodnevno. Nažalost ovakvih primjera ima diljem slabije razvijenih zemalja, i uvijek će ih biti, gdje ljudi osuđeni na nehuman sustav rada industrije tekstila svakodnevno trpe posljedice koje utječu na njihovo psiho-fizičko zdravlje.

4.3.3. Zdravstvene posljedice

Prethodno pojašnjene ekološke posljedice tekstilne industrije usko su vezane i za one zdravstvene. Naime, sve što okružuje pojedinca direktno utječe na njegovo zdravstveno stanje. Zagađivanje okoliša i ispuštanje emisijskih plinova u atmosferu negativno utječe na zdravlje ali i kvalitetu života ljudi. Zdravstvene posljedice vezane uz industriju tekstila i korištenje tekstilnih proizvoda su mnogobrojne. Stoga, u nastavku rada zdravstvene posljedice bit će pojašnjene kroz posljedice koje trpe oni koji su u direktnom dodiru s industrijom, te one koji ubiru negativne učinke kao rezultat djelovanja industrije.

Rukovoditelji šivaćih strojeva i rezači svakodnevno su izloženi rizicima mogućih poremećaja zbog posla koji zahtijeva podizanje tkanina i kontinuirano izvođene radnji u sjedećem položaju. Fizička izloženost radnika tekstilne industrije često dovodi do poremećaja mišićno koštanog sustava, gornjih i donjih ekstremiteta, leđa i vrata. Prema Singhu (2016) „proizvodnja odjeće uključuje izvedbu monotonih, ponavljajućih i brzih zadataka, koji često zahtijevaju neutralan i neugodan stav u zglobovima“. Uz posljedice koje trpe ekstremiteti, leđa, vrat i zglobovi važno je navesti i izloženost buci. Naime, utvrđene su visoke razine zvuka u tekstilnom sektoru što

značajno utječe na sluh radnika. Osim narušavanja sluha, kontinuiranim izlaganjem visokoj razini buke dolazi do anksioznosti, umora, smanjene učinkovitosti i poremećaju spavanja.

Izloženost pamučnoj prašini može dovesti do ozbiljnih zdravstvenih problema radnika. Naime, unazad 40 godina bolesti uzrokovane udisanjem pamučne prašine predstavljaju svjetski problem industrije. „Izloženost postoji za vrijeme proizvodnog postupka, ali je „najnaglašenija” u onim dijelovima tvornice u kojima se prije pređenja pamuka odvijaju postupci propuhivanja (udaranja), miješanja i grebenanja (ispravljanja vlakana)“ (LekarInfo, 2011). Nakon dužeg perioda prekomjernog izlaganja pamučnoj prašini radnici znatno narušavaju zdravlje dišnih puteva i obolijevaju od bisinoze. Bolest bisinoza poznatija kao bolest smeđih pluća prouzrokovana je kontinuiranim udisanjem pamučne prašine tekstilnih radnika i znatno narušava kvalitetu života. Simptomi poput otežanog disanja i stezanja u prsima su samo jedni od simptoma koje radnici industrije podnose. Potrebno je vršiti redovnu kontrolu dišnih puteva izloženih, te u slučaju i najmanjih simptoma radnike je potrebno udaljiti na mjesto rada gdje je niža zasićenost. Međutim, u stvarnom sektoru kontrole se nisu redovno izvršavale sve dok OSHA (*Occupational Safety and Health Administration*) nije uvela tzv. Standard pamučne prašine kojim se određuju mjere sigurnosti radnika u doticaju s pamučnom prašinom.

Nadalje, radnici koji sudjeluju u procesu prerade, dorade, tiska i bojanja tkanina svakodnevno su izloženi visoko štetnim kemikalijama. Prema Singh (2016) „kemikalije na bazi benzidina, optički posvjetljiivači, otapala i fiksatori, sredstva koja oslobađaju formaldehid, usporivači gorenja koji uključuju organofosfor i koriste se organobrominski spojevi i antimikrobna sredstva u tekstilnim operacijama“. Visoka razina izloženosti kancerogenim kemikalijama prouzrokuje teška oboljenja radnika. „Tijekom cijelog dvadesetoga stoljeća proizvodnja viskoze neraskidivo je povezana s brojnim i teškim bolestima, a često i smrtnim ishodom u radnika zaposlenih u industriji tekstila“ (Blanc, 2016). Dakle, utvrđena je posljedična veza između izlaganja štetnim kemikalijama prilikom rada i karcinomskih obolijevanja radnika industrije tekstila.

Osim fizičke izloženosti, te izloženosti pamučnoj prašini i kemikalijama bitno je spomenuti i ergonomiju. Ergonomija kao znanstvena disciplina bavi se dizajniranjem proizvoda koji su oblikom i svrhom potpuno prilagođeni ljudskom tijelu i njegovim kretnjama. Prilikom kritičkog sagledavanja tekstilne industrije često se u pitanje dovode ergonomska ispravnost tekstilne

industrije, odnosno ergonomska ispravnost radnih uvjeta tekstilaca. Singh (2016) naglašava kako „radnici u tim jedinicama suočavaju se s nizom problema poput neprikladnog namještaja, nepravilne ventilacije i osvjetljenja i nedostatak učinkovite sigurnosne mjere u slučaju nužde“. Ergonomski neprilagođeno radno okruženje dovodi do ozbiljnih zdravstvenih posljedica koji su za razliku od ostalih, prethodno navedenih, najprije vidljive.

Zatim, pojedinci koji nisu u direktnom dodiru s radom industrije posljedice odnosno negativne učinke industrije ubiru kroz zrak, vodu, tlo i konfekcijske proizvode. Prilikom prerade vlakana koriste se po čovjeka izrazito štetne kemikalije. Naime, utvrđeno je kako oko 40% bojila koja se koriste prilikom prerade tekstila sadrže posebnu vrstu klora koja je izrazito kancerogena i direktno utječe na ljude. Kemikalije koje svakodnevno isparavaju u zrak čovjek unosi u svoj organizam dišnim putevima ili apsorbiranjem kože, što se reflektira putem alergijske reakcije. Udisanjem visoke razine kemikalija može doći do trajnih oštećenja dišnih i reproduktivnih funkcija te kao rezultat toga može doći čak i do smrti. Osim udisanjem zagađenog zraka, čovjek negativne učinke industrije može ubirati i kroz vodu. Naime, teški metali koji su prisutni u otpadnim vodama, koje industrija nepropisno zbrinjava, unosom u organizam direktno utječu na ispravnost primarnih organa kako čovjeka tako i životinjskog svijeta. Nepravilno tretirana otpadna voda tekstilne industrije trajno utječe na kopneni i vodeni svijet te ostavlja negativne posljedice na eko sustav u cijelosti. Zdravstvene posljedice trgovanja odjećom su zabrinjavajuće. Od direktnog utjecaja na one koji sudjeluju u cijelom procesu izrade tekstila do onih koji pasivno ubiru negativne učinke. Širenjem tekstilne industrije, te rastom potražnje za odjećom dolazi do sve većih posljedica na okoliš i društvo u cijelosti. U ovom poglavlju navedene su ekološke, socijalne i zdravstvene posljedice koje ova industrija sa sobom nosi. Stanje je zaista alarmantno, međutim sve dok raste potražnja za odjećom proporcionalno će rasti i proizvodnja što će dovesti do teških oboljenja eko sustava i čovjeka.

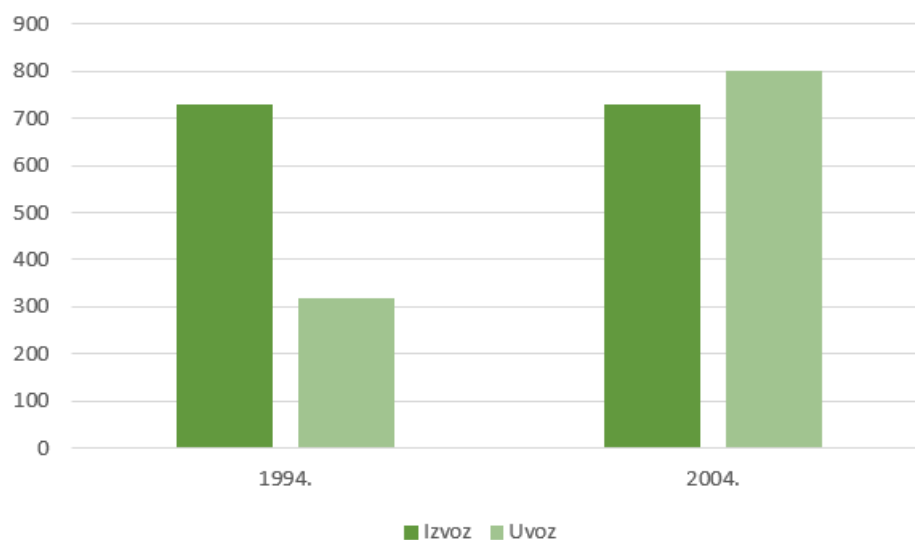
4.4. Stanje industrije tekstila u Republici Hrvatskoj

Industrija tekstila na području Republike Hrvatske počinje s razvitkom na samom kraju 19. stoljeća. Početak razvoja industrije obilježila je bojadisaonica platna u Čakovcu koja je svoje djelovanje započela 1878. godine, te predionica pamuka u Dugoj Resi od 1884. godine. Tekstilna industrija na području Hrvatske ima značajan utjecaj. Naime, 1977. godine samo na području Slavonije aktivno je djelovala 21 tekstilna tvornica koja je zapošljavala preko 10 000

radnika. Tvornice su se bavile konfekcijom poput tadašnjeg „Tekosa“, trikotažom u tvornici „Mara“, proizvodnjom prediva i tkanina u osječkoj „Svilani“ i još mnoge druge. Tadašnje tvornice većinu proizvedenog izvozile su prema državama Zapadne Europe. Važno je naglasiti kako industriju tekstila u Hrvatskoj obilježavaju mala privatizirana poduzeća.

„Godina 2000. smatra se godinom kada je uglavnom okončan proces privatizacije u tekstilnoj i odjevnoj industriji te se zbog liberalizacije tržišta i izloženosti hrvatskog tržišta konkurenciji ona smatra početkom značajnih promjena u tekstilnoj i odjevnoj industriji“ (Jokić i dr., 2019).

Šimončić-Bobetko (1982) ističe kako su lokacije otvaranja industrije tekstila u Hrvatskoj ovisile o sljedećim faktorima: sirovinskim i energetskim izvorima, tržištu, radnoj snazi, hidrološkim uvjetima, te prometu. Svi faktori su lako bili zadovoljeni do 90-tih godina kada dolazi do nepovoljne situacije za industriju potaknute izbijanjem rata. Nagli porast iseljenika, demografske ali i političke promjene ostavile su trag na industriju kroz nelikvidnost, nedostatak ulaganja, ilegalan uvoz jeftinog tekstila, visoke poreze i sl. Međutim, 2000. godine dolazi do preokreta za tekstilnu industriju, sukladno tome i hrvatsko tržište.



Grafikon 2. Izvoz i uvoz industrije tekstila i odjeće u Hrvatskoj

Izrada autora prema Anić (2008)

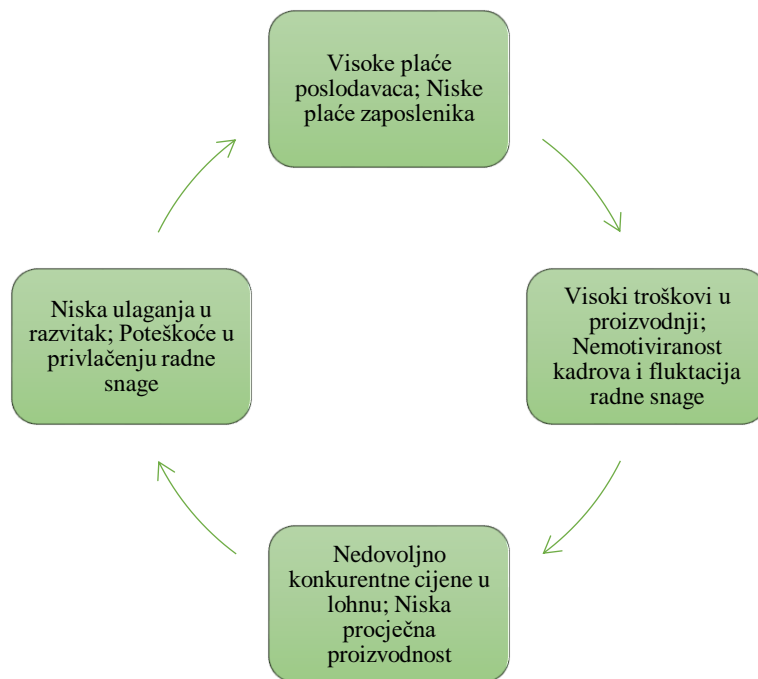
Na Grafikonu 2. uspoređuje se odnos izvoza i uvoza (izražen u milijunima dolara) tekstilne industrije u Hrvatskoj u razmaku od 1994. do 2004. godine. Vidljivo je kako je izvoz tekstilnih

proizvoda ostao nepromijenjen kroz razdoblje od deset godina, dok je s druge strane došlo do značajnog rasta uvoza tekstilnih proizvoda u Hrvatsku. Globaliziranjem tržišta tekstilne industrije dolazi do porasta potražnje i konstantnog mijenjanja preferencija potrošača. Kako od 2000. godine pa nadalje tržište tekstila postaje liberalnije kao posljedica toga dolazi do znatnog porasta uvoza kako bi se zadovoljile potrebe potrošača.

Prema Divić (2018) „najvažnije snage tekstilne i odjevne industrije u Hrvatskoj jesu tradicija, iskustvo u poslovanju i kvaliteta proizvodnje. Velika prijetnja su intenzivna cjenovna konkurencija posebno u doradnim lohn poslovima, rastući pritisak organiziranih moćnih trgovačkih korporacija na cijene i standard u poslovanju hrvatskih proizvođača tekstila i odjeće. Uz negativne pokazatelje kojima smo zahvaćeni dio tvrtki pronašao je nove modele poslovanja i razvoja konkurentnih proizvoda, te su se što je posebno značajno uspješno orijentirali prema izvozu“.

1990-tih godina Hrvatska zapošljava preko 90 000 radnika samo u sektoru tekstilne industrije koja tada doseže izvoz od 730 milijuna dolara, dok je uvoz bio znatno manji, 320 milijuna dolara. Međutim, u nadolazećem razdoblju dolazi do značajnih promjena ukidanjem nadzora kvalitete uvozne robe te liberalizacijom tržišta dolazi do porasta uvoza jeftinog tekstila iz zemalja poput Indije, Turske i Kine na razinu od čak 800 milijuna dolara.

Danas u Hrvatskoj industrija tekstila i odjeće i dalje radno aktivna i bitna djelatnost kada je u pitanju izvoz i BDP vidljiva je značajna razlika kada je u pitanju zaposlenost. Anić i dr. (2008) ističu kako „zaposlenost u industriji tekstila i odjeće smanjena je po bržoj stopi u odnosu na prerađivačku industriju, što je utjecalo na pad udjela zaposlenosti industrije tekstila i odjeće u zaposlenosti prerađivačke industrije“. Može se zaključiti kako je hrvatska industrija tekstila i odjeće izložena visokoj konkurentnosti i dinamičnom tržištu kojem se mora prilagoditi na što profitabilniji način. Sukladno tome, hrvatska industrija tekstila svoju prepoznatljivost crpi u tradiciji i kvalitetnoj radnoj snazi isto kao i kvalitetnih vanjskotrgovinskim odnosima. Iako je Hrvatska pronašla vanjskotrgovinske partnere u tekstilno stabilnim industrijama poput Italije, Kine, Turske i Njemačke, mnogi ističu kako se tekstilna industrija u Hrvatskoj nalazi u tzv. začaranom krugu. Pravo stanje sadašnje industrije tekstila u Republici Hrvatskoj slikovito je prikazano u nastavku kroz Sliku 4.



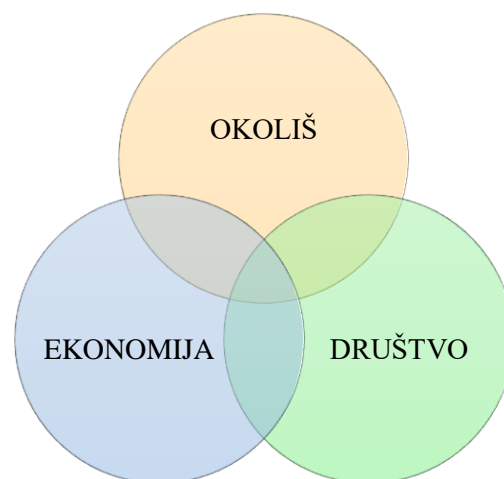
Slika 4. Učinci razine plaća u hrvatskoj industriji tekstila i odjeće

Izvor: Izrada autora prema Anić i dr. (2008)

5. Rasprava

Prethodnim poglavljem istaknuta su obilježja i način funkcioniranja tekstilne industrije. Kako je tekstilna industrija podlegla utjecaju globalizacije dolazi do pojave trenda brza moda. Trend koji potiče masovnu proizvodnju i smanjuje cijenu rada, na svjetsku zajednicu ostavlja ozbiljne posljedice. Posljedice su socijalnog, zdravstvenog i ekološkog karaktera koje predstavljaju pravi izazov suvremenog društva. Glavne odlike trenda su jeftina odjeća, dizajnirana prema najnovijim trendovima, s jednako niskom razinom kvalitete. Od 2000. godine do danas industrija doživljava preokret i ostvaruje visoku stopu rasta. Sukladno tome, industrija tekstila i odjeće uz to što njome prevladava neetično poslovanje jedna je od najvećih zagađivača okoliša. Zaista je teško nadomjestiti štetu koju je industrija nanijela posljednjih desetljeća, ali postoje neke ideje kojima se može reducirati ovaj globalni problem i navedene su u nastavku rada.

Prvo je potrebno spomenuti održivi razvoj koji za cilj ima uvođenje kvalitetnih promjena u svaku sferu suvremenog društva. Održivost industrije tekstila nije bitna samo za okoliš, već utječe i na socijalne i ekonomske komponente kao što je prikazano kroz Sliku 5.



Slika 5. Sastavnice održivog razvoja

Izvor: Izrada autora prema Pavunc (2013)

Nadalje, potrebno krenuti od utjecaja na okoliš. Europska komisija je 2015. donijela akcijski plan kružnog gospodarstva, tzv. zatvaranje kruga. „Prelazak na gospodarstvo koje je u većoj

mjeri kružno i u kojem se vrijednost proizvoda, materijala i resursa što je dulje moguće zadržava u gospodarstvu, a stvaranje otpada svodi na najmanju moguću mjeru, bitan je doprinos naporima EU-a za razvoj održivog i konkurentnog gospodarstva s niskim emisijama ugljika, u kojem se resursi iskorištavaju učinkovito. Takav prelazak prilika je za preobrazbu našega gospodarstva i stvaranje novih i održivih konkurentnih prednosti za Europu“ (Europska Komisija, 2015).

Plan koji obuhvaća europsku strategiju tekstilne industrije kroz koju se žele potaknuti inovacije u proizvodnim pogonima isto kao i reciklaža, odnosno ponovna uporaba već korištenog tekstila. Cilj je naravno stvoriti „zelenu“ industriju tekstila i odjeće. Kako danas industrija tekstila korištenjem kemikalijama prilikom obrade materijala i nepravilnim zbrinjavanjem otpadnih voda znatno narušava okolišu, kružnim gospodarstvom se taj proces želi reducirati. Naime, kada bi se uveo sustav kvalitetnog zbrinjavanja neprodanog inventara ne bi bilo potrebe za ponovnom kemijskom preradom materijala i kao rezultat znatno bi se smanjilo ispuštanje stakleničkih plinova i otpadnih voda. Naravno, kako bi se omogućili upotrebljivi sekundarni resursi potrebno je poraditi i na kvaliteti jer današnje modne komade krase oznake poliestera i drugih umjetnih materijala.

Ključno rješenje problematčnosti industrije leži u sporijem modi. Naime, masovna proizvodnja kojom se čovjek stavlja u nepovoljni položaj može se riješiti samo usporavanjem industrije. Iako društvo konzumerizma može značajno utjecati na razvoj rješenja, bitno je da u narednom desetljeću dođe do uspona spore mode kako bi se održala industrija. „Sporna moda nudi alternativu, s pažljivom proizvodnjom, poštenim radničkim pravima, prirodnim materijalima i postojanom odjećom. Ohrabrujuće je znati da postoje robne marke, zajednice i pojedinci koji se bore za planet i sigurnost radnika u odjevnoj industriji“ (Segran, 2019).

Međutim, kada je u pitanju industrija tekstila i odjeće te način njezina djelovanja ne mogu se u fokus staviti isključivo nevladine organizacije koje ne mare za prava radnika, već je potrebno osvrnuti se i na današnje društvo. Društvo je u velikoj mjeri odgovorno i zaslužno za trenutno stanje industrije. Moralne odlike društva blijede kada se nađu u situaciji da kontinuirano iz tjedna u tjedan imaju priliku kupiti najnovije trendove po izrazito niskim cijenama. Društvo treba postati odgovornije, treba stvoriti savjesne potrošače koji će promišljeno kupovati odjevne predmete. Sve kreće od informiranja o industriji i načinu na koji funkcionira, od kupovine

lokalnog do propisanog odlaganja odjeće i kupovine rabljenih komada. Međutim, kada je riječ o informiranju društva veliku ulogu igraju globalistički mediji koji promoviraju ideju globalizacije. Mediji, pogotovo društveni, danas predstavljaju kanal informiranja, poticanja, promoviranja i nametanja raznih sadržaja koji u većini slučajeva ne idu u korist društva, već u korist vodećih čiji je cilj upravljanje masom. Kao rezultat djelovanja globalizacije i medija koji svakodnevno nameću ideje globalizacije dolazi do pojave konzumerizma i sukladno tome širenja glavnog problema ovog rada, brze mode. Konzumerizam navodi društvo na neetično djelovanje kroz brzu modu i poznate trendove. Potrebno je mlade ljude usmjeriti da uspore, da se informiraju i da se uključe u borbu protiv tamne strane ove industrije jer ako se sada nešto ne poduzme okoliš i društvo će u narednim godinama trpjeti katastrofalne posljedice.

6. Zaključak

Globalizacija kao izazov suvremenog doba predstavlja proces ukidanja granica i stvaranja jedinstvenog, slobodnog tržišta. Fenomen koji se svojim djelovanjem ukorijenio u svaki segment društva ima izrazito visok utjecaj na odvijanje međunarodnih razmjena i integracija između zemalja. Potaknuta političkim, tehnološkim, ekonomskim i društvenim faktorima globalizacija od svojih početaka iz godine u godinu značajno napreduje. Barijere koje usporavaju proces globalizacije najčešće su kulturološkog i pravnog karaktera na koje čak ni glavni subjekti globalizacije, multinacionalne kompanije, WTO, Međunarodni monetarni fond i Svjetska banka, ne mogu utjecati. Pozitivne strane globalizacije vidljive su kroz tehnološki napredak, slobodnu trgovinu, olakšanu komunikaciju, dok s druge strane, negativni učinci globalizacije vidljivi su kroz izrazito ozbiljne svjetske probleme poput nejednakosti, siromaštva, bolesti i zagađenja okoliša. Kao takva globalizacija znatno utječe na međunarodnu trgovinu. Od pojave globalizacije stvara se svjetsko slobodno tržište što olakšava sudionicima međunarodne trgovine ulazak na nova, inozemna tržišta. Međutim, uvijek postoje određeni izazovi i rizici koje poduzeće mora uzeti u obzir jer u suprotnom može doći do značajnih posljedica za poduzeće ali i gospodarstvo u cijelosti.

Pojavom globalizacije dolazi do značajnih promjena u industriji tekstila i odjeće koja doživljava potpunu promjenu u načinu funkcioniranja i djelovanja. Tekstilna se industrija u Hrvatskoj oduvijek temeljila na tradiciji i kvaliteti, no nakon Domovinskog rata znatno slabi što rezultira naglim porastom uvoza jeftinog tekstila iz zemalja poput Kine, Turske i Indije od 2000. do 2005. godine. Danas, industrija tekstila poznata je kao najprljavija industrija zbog posljedica koje nanosi okolišu i društvu u cijelosti. Naime, posljedice koje djelovanje industrije tekstila ostavlja su ekološkog, socijalnog i zdravstvenog karaktera. Izrabljivanje radne snage, nepravilno zbrinjavanje otpadnih voda i ispuštanje emisijskih plinova u atmosferu samo su jedne od odlika današnje tekstilne industrije. Ono što je značajno obilježilo industriju tekstila i odjeće je pojava trenda brza moda. Koncept koji je usmjeren na masovnu proizvodnju velike količine jeftine, trendovske odjeće. Kako bi se omogućila masovna proizvodnja jeftine odjeće potrebno je osigurati i jeftinu radnu snagu. Nastavno tome, dolazi do pojave tzv. robova modernog doba koji dolaze iz slabo razvijenih zemalja poput Bangladeša, Kambodže i Šri Lanke i skupo plaćaju jeftinu robu iz izloga. Naime, plaće koje iznose oko 500tinjak kuna mjesečno su zaista ponižavajuće, uzevši uz to uvjete u kojima ti ljudi rade. Narušena im je

sigurnost, zdravlje i kvaliteta života kako bi grupacije poput spomenutog Inditexa mogle poslovati u sve većem plusu. Globalne modne grupacije potpuno mijenjaju način ponašanja potrošača i potiču sve veći i snažniji razvoj trenda koji narušava kvaliteti društva i potiče neetično poslovanje. Kako bi se reducirale posljedice koje današnja tekstilna industrija ostavlja na okoliš i čovjeka potrebno je uvesti određene promjene. Najvažnije je osvrnuti se na održivi razvoj i kružno gospodarstvo koji uzimaju u obzir okoliš, ekonomiju i društvo. Međutim, kako je izazovno reducirati posljedice najrasprostranjenije industrije važno je osvijestiti i potrošače čija moralna obilježja sve više blijede. Najbolja alternativa je usporiti trend brze mode kroz tehnološke inovacije i poticanje ponovne upotrebe.

Literatura

1. Andersen, L., E. (2003). *Globalizacija: zašto ne uspijeva?.* Zagreb: Biblioteka Zrcalo
2. Andrijanić, I. (2012). *Poslovanje u vanjskoj trgovini.* Zagreb: mikrorad d.o.o.
3. Anić, I. D., Lovrinčević, Ž., Rajh, E., & Teodorović, I. (2008). *Ekonomski aspekti razvitka industrije tekstila i odjeće u Republici Hrvatskoj.* Zagreb: Ekonomski institut.
4. Blanc, P. D. (2016). *Fake silk: the lethal history of viscose rayon.* London: Yale University Press.
5. Britannica. (2010). *Fashion industry.* Dostupno na: <https://www.britannica.com/art/fashion-industry/Fashion-retailing-marketing-and-merchandising> (pristupljeno: 2. Srpnja 2021.)
6. Crofton, S. (2007). *ZARA-INDITEX AND THE GROWTH OF FAST FASHION.* Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/262048389_Zara-Inditex_and_the_Growth_of_Fast_Fashion (pristupljeno: 27. Lipnja 2021.)
7. Dicken, P. (1992). *Global Shift - The Internationalization of Economic Activity.* London: Paul Chapman.
8. Divić, J. (2018). *Udruženje tekstilne i odjevne industrije.* Dostupno na: <https://hgk.hr/udruzenje-tekstilne-i-odjevne-industrije> (pristupljeno: 8. Srpnja 2021.)
9. Dory, K. (2018). *Why fast fashion needs to slow down.* Dostupno na: <https://www.unep.org/news-and-stories/blogpost/why-fast-fashion-needs-slow-down> (pristupljeno 2. Srpnja 2021.)
10. Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske. Dostupno na: <https://www.dzs.hr/> (pristupljeno: 8. Srpnja 2021.)
11. European Parliamentary Research Service. (2020). Dostupno na: <https://www.europarl.europa.eu/news/hr/headlines/society/20201208STO93327/utjecaj-proizvodnje-tekstila-i-tekstilnog-otpada-na-okolis-infografika> (pristupljeno: 14. Lipnja 2021.)
12. Europska Komisija (2015). *Zatvaranje kruga — akcijski plan EU-a za kružno gospodarstvo* Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:8a8ef5e8->

- 99a0-11e5-b3b7-01aa75ed71a1.0023.02/DOC_1&format=PDF (pristupljeno 03. Rujna 2021.)
13. Eurostat. (2007). *EU-25 trade in textiles 2005*. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3433488/5297613/KS-SF-07-063-EN.PDF.pdf/78ce1cc7-725a-49cb-83db-9f5db2c39edd> (pristupljeno: 14. Lipnja 2021.)
 14. Forbes. (2021). *Billionaires: Forbes*. Dostupno na: <https://www.forbes.com/profile/amancio-ortega/?list=billionaires&sh=47abaacf116c> (pristupljeno: 27. Srpnja 2021.)
 15. *Inditex around the world*. (2021). Dostupno na: <https://www.inditex.com/en/about-us/inditex-around-the-world#continent/000> (pristupljeno: 27. Lipnja 2021.)
 16. Jokić, D., & Grilec, A. (2019). *Pregled razvoja Hrvatske tekstilne industrije*. Dostupno na: <https://skrojene-buducnosti.eu/tekstovi/pregled-razvoja-hrvatske-tekstilne-industrije> (pristupljeno: 8. Srpnja 2021.)
 17. Jošt, M. (2000). *Globalizacija: ekonomski problemi i patenti za život*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/120119> (pristupljeno 21. Lipnja 2021.)
 18. Karlić, I. (2009). *Dvoznačnost fenomena globalizacije. Za globalizaciju solidarnosti*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/41067> (pristupljeno: 15. Lipnja 2021.)
 19. Krešić, I. (1996). Značenje globalizacije u suvremenom prostornom razvitku svjetske privrede i politike. *Ekonomski pregled*.
 20. Lasserre, P. (2003). *Global Strategic Management*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
 21. Lazibat, T. K. (2004). *Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije*. Zagreb: Sinergija.
 22. LekarInfo. (2011). *Bolesti pluća izazvane organskom prašinom*. Dostupno na: <https://www.lekarinfo.com/pulmologija/bolesti-plua-izazvane-organskom-prainom/> (pristupljeno: 4. Srpnja 2021.)
 23. Lončar, J. (2005). *Globalizacija kao nositelj suvremenih promjena u svijetu*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/9657> (pristupljeno: 19. Lipnja 2021.)
 24. Lopes, L., F., S. (2014). *Growth and Internationalisation Strategy – Franchising of The Inditex Group*. Dostupno na: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/7776/1/DM-LFSL-2014.pdf> (pristupljeno: 21. Srpnja 2021.)

25. Mačević, D. (Siječanj 2018). Slobodna i poštena međunarodna trgovina: panacea ili nova Pandorina kutija? *Zbornik sveučilišta Libertas*, 67-79. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=288772 (pristupljeno: 19. Lipnja 2021.)
26. McGrew, A. (1992). *A Global Society*. Cambridge: Open University Press.
27. Minimum-Wage.org. (2021). Dostupno na: <https://www.minimum-wage.org> (pristupljeno: 8. Srpnja 2021.)
28. Müller, S. (2020). *Zara's fast-fashion problem in focus*. Dostupno na: <https://www.dw.com/en/zaras-fast-fashion-problem-in-focus/a-52161858> (pristupljeno: 27. Lipnja 2021.)
29. NN 41/2010. (n.d.). Pravilnik o sirovinskom sastavu i nazivima tekstila. *Narodne novine*, NN 41/2010. Dostupno na: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2010_04_41_1053.html (pristupljeno: 15. Lipnja 2021.)
30. *Our story: Inditex*. (2015). Dostupno na: <https://www.inditex.com/en/about-us/our-story> (pristupljeno: 27. Lipnja 2021.)
31. Pavunc, M., Vujasinović, E., & Matijević, I. (2014). *Tekstil u kontekstu održivog razvoja*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/142503> (pristupljeno: 5. Srpnja 2021.)
32. Rahimić, Z. P. (2013). *Međunarodni menadžment*. Sarajevo: Ekonomski fakultet.
33. Rivoli, P. (2008). *Putovanje jedne majice globalnom ekonomijom*. Zagreb: V.B.Z. studio.
34. Sanchita, B. S. (2004). *Made in Bangladesh, Cambodia, and Sri Lanka: The Labor Behind the Global Garments and Textiles Industries*. Dostupno na: <https://www.cambriapress.com/pub.cfm?bid=597> (pristupljeno: 8. Srpnja 2021.)
35. Segran, E. (2019). *Your H&M addiction is wreaking havoc on the environment. Here's how to break it*. Dostupno na: <https://www.fastcompany.com/90311509/we-have-to-fix-fashion-if-we-want-to-survive-the-next-century> (pristupljeno 9. Srpnja 2021.)
36. Singh, N. (2016). *Safety and health issues in workers in clothing and textile industries*. Dostupno na: <https://www.homesciencejournal.com/archives/2016/vol2issue3/PartA/2-2-73.pdf> (pristupljeno 4. Srpnja 2021.)
37. Smithers, R. (2013). *Benetton admits link with firm in collapsed Bangladesh building*. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/world/2013/apr/29/benetton-link-collapsed-building-bangladesh> (pristupljeno 4. Srpnja 2021.)
38. Steger, M. B. (2005). *Globalizacija*. Sarajevo: Šahinpašić.

39. Stengg, W. (2001). *The textile and clothing industry in the EU*. Dostupno na: <http://textination.de/de/smatchina/download/The%20textile%20and%20clothing%20industry%20in%20the%20EU%20A%20survey.pdf> (pristupljeno: 2. Srpnja 2021.)
40. Šimončić-Bobetko, Z. (1982.). *Razvoj tekstilne industrije u Hrvatskoj u razdoblju između dva svjetska rata (1918-1941)*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/107506> (pristupljeno: 8. Srpnja 2021.)
41. The Good Trade. (2018). *What Is Fast Fashion, Anyway?* Dostupno na: <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion> (pristupljeno: 9. Srpnja 2021.)
42. The United Nations Environment Programme. (2018). *Cleaning up couture: what's in your jeans?* Dostupno na: <https://www.unep.org/news-and-stories/story/cleaning-couture-whats-your-jeans> (pristupljeno: 14. Lipnja 2021.)
43. The World Bank. (2019). *How Much Do Our Wardrobes Cost to the Environment?* Dostupno na: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente> (pristupljeno: 14. Lipnja 2021.)
44. Toit, J. (2018). *Fast Fashion: The Dark Side Of Retail*. Dostupno na: <https://longevitylive.com/fashion/fashion-fast-dark-side/> (pristupljeno: 27. Lipnja 2021.)
45. Vincent, J., Kantor, P., Geller, D. (2013). *Inditex Strategy Report*. Dostupno na: <http://economics-files.pomona.edu/jlikens/SeniorSeminars/Likens2013/reports/inditex.pdf> (pristupljeno: 21. Srpnja 2021.)
46. Vizjak, A. (2006). *Djelovanje Međunarodnog monetarnog fonda (MMF) unutar međunarodne ekonomije*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/62026> (pristupljeno: 20. Lipnja 2021.)
47. Vrčec, V. (2017). *Dirty fashion*. Zagreb: Farmaceutsko-biokemijski fakultet.
48. Whitehead-Lorh, S. (2014). *5 Truths the Fast Fashion Industry Doesn't Want You to Know*. Dostupno na: https://www.huffpost.com/entry/5-truths-the-fast-fashion_b_5690575?ir=Australia (pristupljeno: 9. Srpnja 2021.)
49. Woense, L., & Lipp, S. S. (2020). *What if fashion were good for the planet?* Dostupno na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/656296/EPRS_ATA\(2020\)656296_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/656296/EPRS_ATA(2020)656296_EN.pdf) (pristupljeno: 14. Lipnja 2021.)

50. World Wildlife Fund. (2017). *Changing fashion - The clothing and textile industry at the brink of radical transformation*. Dostupno na: https://www.wwf.ch/sites/default/files/doc-2017-09/2017-09-WWF-Report-Changing_fashion_2017_EN.pdf (pristupljeno: 4. Srpnja 2021.)
51. Young, P. (2021). *What's Wrong With Fast Fashion?* Dostupno na: <https://pebblemag.com/magazine/living/whats-wrong-with-fast-fashion> (pristupljeno: 9. Srpnja 2021.)
52. Zelenika, R. (2014). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela- Znanstvene kvalitativne metode*. Rijeka: IQ PLUS d.o.o. – Kastav
53. Zelenika, R., Zelenika, S. (2006). *Klasifikacija znanosti u fokusu metodologije i tehnologije znanstvenoga istraživanja*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/52112> (pristupljeno: 21. Srpnja 2021.)
54. Žakman-Ban, V. Š. (2016). *Konzumerizam – društveni fenomen i nova ovisnost*. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/185997> (pristupljeno: 20. Lipnja 2021.)

Popis Slika

Slika 1. Uzroci i barijere globalizacije Izvor: Izrada autora prema Rahimić (2013).....	8
Slika 2. Poslovni model Inditex grupacije Izvor: Izrada autora prema Lopes (2014)	26
Slika 3. Lanac vrijednosti odjeće i tekstila Izvor: Izrada autora prema WWF-u (2017)	33
Slika 4. Učinci razine plaća u hrvatskoj industriji tekstila i odjeće Izvor: Izrada autora prema Anić i dr. (2008).....	41
Slika 5. Sastavnice održivog razvoja Izvor: Izrada autora prema Pavunc (2013)	42

Popis Tablica

Tablica 1. Broj prodajnih jedinica po brendu.....	28
Tablica 2. Minimalne plaće radnika odjevne industrije.....	35

Popis Grafikona

Grafikon 1. Uvoz industrije tekstila i odjeće na području Europe Izrada autora prema Eurostatu (2007).....	22
Grafikon 2. Izvoz i uvoz industrije tekstila i odjeće u Hrvatskoj Izrada autora prema Anić (2008).....	39