

Dr. sc. Ratko Zelenika

Redoviti profesor
Sveučilište u Rijeci
Ekonomski fakultet
E-mail: ratko.zelenika@efri.hr

Mr. sc. Alica Grilec Kaurić

Asistent
Sveučilište u Zagrebu
Tekstilno-tehnološki fakultet
E-mail: alica.grilec@tff.hr

OCJENA EKONOMSKOG POLOŽAJA TEKSTILNE I ODJEVNE INDUSTRIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

UDK / UDC: 677+687](497.5)

JEL klasifikacija / JEL classification: L67

Pregledni rad / Review

Primljeno / Received: 16. kolovoza 2011. / August 16, 2011

Prihvaćeno za tisak / Accepted for publishing: 6. prosinca 2011. / December 6, 2011

Sažetak

Svrha je rada proučiti i analizirati stanje u tekstilnoj i odjevnoj industriji Europe i Republike Hrvatske. Potvrđena je hipoteza da aktualni problemi i moguća rješenja dugoročnog održivog rasta i razvoja tekstilne i odjevne industrije u Europi i Republici Hrvatskoj stvaraju temeljne pretpostavke definiranju novih politika koje bi omogućile restrukturiranje tekstilne i odjevne industrije u Republici Hrvatskoj. Korišteni su sekundarni (istraživanje za stolom) i primarni izvori podataka (razgovori/intervjui s menadžerima poduzeća, stručnjacima iz područja tekstilne i odjevne industrije i osobama iz lokalnih uprava zaposlenih u sektoru za industriju), dok su kao znanstvene metode korištene metode analize i sinteze, induktivna i deduktivna metoda, metode dokazivanja i opovrgavanja, metoda deskripcije i metoda kompilacije.

Ključne riječi: tekstilna i odjevna industrija, ekonomski položaj, politike restrukturiranja, Republika Hrvatska.

1. UVOD

Tekstilna i odjevna industrija u Republici Hrvatskoj nalazi se u iznimno složenom i nepovoljnom stanju te unatoč državnim poticajima ne izlazi iz krize. Opuštanja radnika, smanjenja plaća i zastarjelost tehnologija svakodnevno se spominju kao glavni problemi ove industrije. Dosad provedena istraživanja

predlažu kao rješenje krize hrvatske tekstilne i odjevne industrije proizvodnju proizvoda veće dodane vrijednosti i vlastite marke proizvoda, kao i okrupnjavanje tekstilnih i odjevnih poduzeća, promjene u ljudskim potencijalima, inovacije i tržišno repositioniranje koje će odgovarati mogućnostima industrije. Za svako navedeno rješenje potrebno je ulaganje financijskoga kapitala kojim industrija u ovom trenutku ne raspolaže. Polovina tržišnog udjela otpada na svega nekoliko poduzeća u ovoj industriji i ona posluju s dobitkom.

Sukladno navedenoj problematici istraživanja determiniran je **znanstveni problem** istraživanja:

Iako se u tekstilnoj i odjevnoj industriji u Europi više desetljeća primjenjuju odgovarajuće politike održivoga rasta i razvoja takvih industrija, u Republici Hrvatskoj još uvijek ne postoji znanstveno utemeljena gospodarska i društvena platforma za restrukturiranje tekstilne i odjevne industrije, što implicira mnogobrojne štetne posljedice.

Aktualnost navedenoga problema istraživanja odredila je ekonomsku podlogu za postavljanje **znanstvene hipoteze**, a ona glasi: rezultati istraživanja o aktualnim problemima i mogućim rješenjima dugoročnog održivog rasta i razvoja tekstilne i odjevne industrije u Europi i Republici Hrvatskoj stvaraju temeljne pretpostavke definiranju novih politika koje bi omogućile restrukturiranje tekstilne i odjevne industrije u Republici Hrvatskoj.

2. IZDOJENA PROBLEMATIKA TEKSTILNE I ODJEVNE INDUSTRIJE U EUROPI

Prema završnom izvješću Economixa (Vogler-Ludwig, Valente, 2009., 36) tekstilna se i odjevna industrija Europske unije (27 članica) sastojala od 266.000 poduzeća koja su generirala 67.8 milijardi € dodane vrijednosti (47% u tekstilnom sektoru, 35% u odjevnom, a 18% u kožarskom/obučarskom sektoru). Zaposlenih je u tekstilnoj i odjevnoj industriji bilo 3,4 milijuna (46% u odjevnom sektoru, 36% u tekstilnom, a 18% u kožarskom/obučarskom sektoru). U razdoblju od 2000. do 2006. godine zabilježen je pad zaposlenosti u svim državama Europske unije, osim Bugarske koja je jedina bilježila porast zaposlenosti te Slovenije i Slovačke. Promet je po poduzeću u 2004. godini iznosio 0,9 milijuna €. Vodeći je proizvođač tekstila, odjeće i kože/obuće u Europi Italija (1/3 dodane vrijednosti u 2006. godini), a prate je Njemačka i Francuska (svaka s 11% udjela u Europskoj uniji), Španjolska i Velika Britanija (s udjelima od 9%), Portugal (4,3%); Belgija (3,1%) i Poljska (3,0%). U razdoblju između 1996. i 2006. godine tekstilna i odjevna industrija bilježi i pad u proizvodnji i cijenama. Ukupna proizvodnja padala je za 4% godišnje. Ako se promatra uvoz tekstila i odjeće u Europsku uniju, Kina ima udio od 33% ukupnog uvoza tekstila i odjeće i 47,7% uvoza kože i kožnih proizvoda. Sporazum o tektilu i odjeći, koji je stupio na snagu 1. siječnja 2005. godine, ukinuo je dvjesto europskih uvoznih kvota te je rezultirao naglim porastom uvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda iz Kine,

Indije i Vijetnama. Kina je zauzela prvo mjesto u proizvodnji odjeće s jednom četvrtinom svjetskog izvoza. Europski proizvođači tekstila i odjeće odgovorili su na izazove iz Azije na dva načina: 1) vertikalnom proizvodnom diferencijacijom – prelaskom na proizvodnju kvalitetnijih proizvoda i 2) premještanjem proizvodnje u države nižih troškova. Za države u razvoju predviđa se nastavak ulaganja u industrijske kapacitete, logistiku i ljudske resurse.

Europska tekstilna i odjevna industrija u posljednjih 15 godina prolazi kroz intenzivan proces modernizacije i restrukturiranja (Anić i sur., 2008., 38.) Restrukturiranje je rezultiralo zatvaranjem poduzeća, modernizacijom proizvodnje i rastom proizvodnosti. Na strukturne promjene i na razvitak proizvodnje tekstila i odjeće utječu brojni čimbenici u okruženju te kao imperativ postavljaju modernizaciju proizvodnih procesa. Najvažniji su čimbenici zasićenost tržišta Europske unije i relativan pad izdataka za odjeću, promjene u preferencijama potrošača, liberalizacija tržišta i pojačana cjenovna konkurencija, promjene u distribuciji i primjena novih tehnologija. Također, ovdje spadaju ljudski potencijali i struktura industrije (Anić i sur. prema: Keenan, Saritas, Kroener, 2004., 313.-322.). Strukturne promjene javljaju se i u trgovini porastom uloga velikih maloprodavača u strukturi industrije, dok je lanac vrijednosti sve više orijentiran prema sve zahtjevnijim potrošačima te tada distribucija proizvođača počinje ovisiti o velikim trgovačkim lancima koji postavljaju svoje uvjete (Anić i sur., 2008.).

Do dramatičnih promjena u regulatornoj okolini došlo je u trenutku u kojem je sporazum Svjetske trgovinske organizacije (World Trade Organisation) o tekstilu i odjeći (The Agreement on Textile and Clothing) zamijenio tekstilni sporazum (The Multi Fibre Arrangement) iz 1995. godine, što je kao rezultat imalo nastavljanje s daljnjim prodorom uvoza na zapadna tržišta (Taplin, Winterton, 2004., 258.). Otvaranje europskih tržišta za uvoz te ukidanje prepreka trgovini, zajedno s trendovima globalizacije i liberalizacije još je više izložilo europske proizvođače konkurenciji država s niskom cijenom rada. Europska unija se, također, obvezala primijeniti istu liberalizaciju prema Kini u ugovoru sklopljenom između Kine i Europske unije prije ulaska Kine u Svjetsku trgovinsku organizaciju. Daljnji dogovori smanjili su i prepreke trgovini sa Središnjom i Istočnom Europom od 1. siječnja 1998. godine, liberalizirali trgovinu sa Šri Lankom od 2001. godine i sklopili carinsku uniju s Turskom. Europska unija je, također, ušla u mnoga područja slobodne trgovine, koja su obuhvatila tekstil i odjeću, s državama poput Maroka, Meksika i zemljama južne Afrike te dopustila slobodan ulaz iz država kandidata koji nisu dio Europske unije i 69 članova konvencije iz Lomea. Takav je trend liberalizacije 1999. godine kao rezultat imao činjenicu da je 50% od ukupnog europskog uvoza tekstila i odjeće bescarinsko, dok je 1994. godine bescarinsko bilo 28%. Većina koju je činilo 70% ukupnog uvoza tekstila i odjeće bila je oslobođena svih kvantitativnih ograničenja. Sva odgovornost vezana uz tekstilnu i odjevnu industriju prepuštena je samoj industriji te se svaka država unutar Europske unije na drugačiji način nosi s problemima u tekstilnoj i odjevnoj industriji.

Problematika je tekstilnog i odjevnog gospodarstva kao radno intenzivne grane izloženost jakoj konkurenciji država s jeftinom radnom snagom. Zbog niske ukupne produktivnosti rada i općenito nižih troškova rada u usporedbi s ostalom prerađivačkom industrijom, neprestano pada zaposlenost i sve je izraženiji problem u angažiranju stručne radne snage. Kao rješenje predlažu se strukturne promjene u tekstilnom i odjevnom gospodarstvu Europe. Potrebno je tražiti i nova rješenja radi povećanja konkurentnosti na zasićenom europskom tržištu koja Europska unija potiče indirektno preko horizontalnih i regionalnih mjera (Katović, Bischof Vukušić, 2008.).

Kao izdvojeni i glavni problem tekstilne i odjevne industrije navodi se pad proizvodnje od 32,4% u Europi uz istovremeni rast u Aziji od 76,3%. Takvo smanjenje proizvodnje imalo je za posljedicu smanjenje zaposlenih uz trend preseljenja proizvodnje u područja jeftine radne snage (Istočna Europa, Turska i Sjeverna Afrika). Također, tekstilnoj i odjevnoj industriji Europe prijeti još veći gubitak proizvodnih kapaciteta njihovim preseljenjem u područja povoljnije proizvodnje. Za rješenje takve situacije i nastavak pozitivnog poslovanja tekstilne i odjevne industrije u Europi, tekstilna i odjevna industrija mora se popeti u lancu vrijednosti izgrađujući svoju kompetitivnost na novim tehnologijama, inovacijama i dizajnu (Keenan, Saritas, Kroener, 2004.)

Sažeti su problemi tekstilne i odjevne industrije Europe (Wong, Au, 2007., 56.) povećana važnost globalizacije i liberalizacije trgovine, prijetnje cjenovnih konkurenata država u razvoju (s izrazito niskim cijenama rada) i masivan priljev jeftinih odjevnih proizvoda iz država u razvoju. Odgovori su na navedene probleme (Wong, Au, 2007.) restrukturiranje sektora europske tekstilne i odjevne industrije na način da prijeđe s masovne proizvodnje na proizvodnju modne odjeće visokog tehnološkog nivoa i modernog stila te se na taj način zadrže kompetitivne prednosti u globalnom odjevnom sektoru. Pritom se mora uzeti u obzir i činjenica da su se europski proizvođači tekstila i odjeće u potrazi za profitabilnim rješenjima pretvorili u veletrgovce robnih marki bez vlastite proizvodnje, usredotočivši se na dizajn i marketing (Mattila, 2007.).

Rješenje koje primjenjuju Italija i Njemačka je outsourcing proizvodnje (većinom u države istočne Europe) te ulaganja u kanale distribucije (Taplin, 2006., 183.). Tekstilna i odjevna poduzeća Velike Britanije ulaze u klustere te nastoje proizvesti što posebnije proizvode, a Nizozemska je prešla s poduzeća vođenih proizvodnjom na poduzeća vođena dizajnom. Ono što je zajedničko svim državama, promatrajući tekstilnu i odjevnu industriju, smanjenje je broja zaposlenih uz povećanje produktivnosti rada, dok poduzeća koja su opstala uspijevaju iskoristiti tržišne niše u kojima brzo obrtanje, kvaliteta i mala serijska proizvodnja osiguravaju kompetitivnu prednost.

Francuski je modni institut, promatrajući iskustva u restrukturiranju unutar europske tekstilne i odjevne industrije, identificirao pet glavnih strategija prilagodbe (Vogler-Ludwig, Valente 2009., 63.-64.): strategiju marke i dizajna koja povećava konkurentnost u visokim i srednje visokim cjenovnim

segmentima; strategiju partnerstva koju primjenjuju visoko specijalizirani i vertikalno integrirani proizvođači fokusirani na visoku kvalitetu i pouzdanost; strategiju industrijske maloprodaje razvijenu od proizvođača koji se bave i maloprodajom te delokalizacijom postižu niske cijene; strategiju podugovaranja koja primjenjuje kontrolu troškova, brzog odgovora na tržišne prilike i razvoja kao glavne faktore uspjeha i strategiju tehnološkog vodstva koja je uglavnom primjenjivana u tekstilnom sektoru i razvoju tehničkog tekstila.

Nadalje, problemi s kojima se suočava europska tekstilna i odjevna industrija, uz sve prisutniju konkurenciju iz država s nižim cijenama rada, također su i nesigurnost tržišnih uvjeta, nemogućnost predviđanja preferencija potrošača te sve izbirljiviji i sve upućeniji kupci koji dobro znaju odnose cijene i kvalitete pojedinih proizvoda. Porastom konkurencije (iz Kine i Istočne Europe) europska tekstilna i odjevna poduzeća moraju osigurati prednosti koje se neće temeljiti samo na povoljnim cijenama, već će se koncentrirati na blizinu tržišta, kvalitetu, dizajn i fleksibilnost. Mala poduzeća neće moći poboljšati efikasnost, kvalitetu, fleksibilnost i svijest o tržištu ukoliko nemaju pristup novim znanjima, postrojenjima i uslugama. Konkurentsku prednost nad stranim dobavljačima poduzeća mogu ostvariti lokaliziranim lancima kupac – dobavljač - izvor („*buyer –supplier - sourcing*“) koji omogućuju brz odgovor na brze modne cikluse i proizvodnju malih serija proizvoda proizvedenih i distribuiranih u kratkom roku (Giuli, 1998., 27.-29.).

Analizirajući talijansku tekstilnu i odjevnju industriju zaključuje se kako je ona jedna od glavnih industrija u Italiji i kako ima značajnu ulogu i u Europi (Greta, Lewandowski, 2010.). Ona je europski lider i pripada joj vodeće mjesto u proizvodnji i izvozu tekstila te se nalazi na drugom mjestu, odmah nakon Kine sa 6,5% udjela na svjetskom tržištu. Na tržištu odjeće nalazi se na trećem mjestu po svjetskom izvozu, nakon Kine i Meksika s 5,3% udjela na tržištu. Problem s kojim se danas susreće nije samo ekonomski (koji proizlazi iz krize u potrošnji) već i strukturalni koji proizlazi iz istovremenih promjena u kupcima i pojave novih konkurenata. Ova su dva čimbenika (novi kupci i konkurenti) jako povezana jedan s drugim jer sada kupci mogu lako zamijeniti svoje dobavljače. Kao rješenje predlažu jače povezivanje proizvođača s trgovcima marketinškim aktivnostima i sudjelovanje u inovativnim procesima te održavanje postojeće kvalitete proizvoda i kreativnosti.

Kroz istraživanje došlo se do zaključaka da su glavni problemi tekstilne i odjevnje industrije u Velikoj Britaniji zajednički pad produktivnosti i broja zaposlenih (Jones i Hayes, 2004., 263.; 276.). 2001. godine 73% odjeće uvezilo se iz država s niskim troškovima rada, kao što su Turska, Šri Lanka i Rumunjska. Rješenje ovakvog negativnog trenda nalazi se u pokušaju formiranja klastera tekstilne i odjevnje industrije Velike Britanije. Klaster bi se sastojao od grupe poduzeća koja obnašaju funkcije povezane sa stvaranjem vrijednosti u lancu ponude, a koja završava proizvodnjom odjeće.

Kroz istraživanje se također zaključilo da je veliki problem tekstilne i odjevne industrije u Poljskoj dobivanje bankarskih kredita te su na taj način onemogućena ulaganja u razvoj postojećih proizvodnih pogona i smanjena su ulaganja u marketing (Kapelko, 2006.). Također, europska poduzeća smanjuju povezanost s poljskim poduzećima i okreću se državama s nižim troškovima rada, unatoč dugoj tradiciji poljske tekstilne i odjevne industrije. Kao moguća rješenja predlažu se ulaganja u područja (Wysokinska, 2003., 14.; Koszewska, 2004., 15.) inovacija, investicija i razvoja ljudskih resursa, povećanja produktivnosti rada radi postizanja konkurentnih cijena, u primjenu novih trendova u marketingu (*relationship marketing*), u outsourcing i e-poslovanje. Potrebno je, također, osnovati vlastitu mrežu prodavaonica, kreirati atraktivno oglašavanje te prilagoditi marketinške aktivnosti promjenjivoj okolini. Istraživanje provedeno u Poljskoj od 2005. do 2007. godine na 170 tekstilnih i odjevnih poduzeća, od čega su 80% mala i srednja s manje od 250 radnika, pokazalo je da su vanjske prijetnje poljskoj tekstilnoj i odjevnoj industriji, uz pomanjkanje kapitala, sljedeće: 1) povećana jaka konkurencija – sa zapada i iz Azije; 2) pomanjkanje razvojne potpore koja bi podržavala industriju od strane vlade; 3) pomanjkanje zakonodavstva koje bi štitilo poljska tekstilna i odjevna poduzeća i interno tržište; 4) ekonomske i strukturalne promjene povezane s pristupom Poljske Europskoj uniji i nužnost prilagodbe novim zahtjevima i standardima (Stanislawskog i Olczaka, 2010.). U zaključku istraživanja predlaže se rješenje problema u obliku ulaganja napora u razvoj inovativnih rješenja (tehničkih, tehnoloških, organizacijskih, procesnih, itd.) i osnivanje odgovarajućih mehanizama koji bi osiguravali razvoj industrije (uglavnom financijskih), a koje bi Europska unija u potpunosti prihvaćala. Predlaže se i osnivanje mreže poduzeća i organizacija za potporu poslovanju koja bi stvorila velike grupe proizvođača s jakom razvojnom strategijom koje bi se mogle suočiti s konkurencijom koja dolazi izvan Europe. Poboljšanje stanja u tekstilnoj i odjevnoj industriji vidi se i u implementaciji novih rješenja zajedno s masivnom komercijalizacijom koja bi omogućila prijelaz iz masovne proizvodnje na „masovnu“ pažnju individualnim potrebama potrošača.

U istraživanju pregleda stanja u tekstilnoj i odjevnoj industriji država regije tijekom razdoblja tranzicije navodi se da se oporavak Rumunjske i Bugarske dogodio nakon raspada SFRJ-a zahvaljujući doradnim poslovima Europske unije koji su preseljeni u Rumunjsku i Bugarsku te tada one počinju bilježiti rast udjela tekstilne industrije u ukupnoj prerađivačkoj industriji. Slovenija i Mađarska prešle su na proizvodnju kvalitetnijih i skupljih proizvoda te su razvile svoje poznate robne marke, a trenutčno prepuštaju proizvodnju manje razvijenim državama. S odmicanjem tranzicijskog razdoblja doradni poslovi koji su doprinosili usporavanju pada tekstilne i odjevne industrije selili su se iz Mađarske, Češke, Poljske i Slovenije prema Rumunjskoj i Bugarskoj. Tako je 2005. godine Rumunjska postala najveći izvoznik tekstilnih proizvoda u Europsku uniju. U zaključku stoji kako je za države u tranziciji najvažnije da shvate važnost stvaranja malih i srednjih poduzeća koja nude mnogobrojne

prednosti u obuci, obrazovanju, financiranju i proizvodnji malih i fleksibilnih serija raznih asortimana robe (Urošević i sur., 2009.).

Radi ostvarenja veće konkurentnosti europskih proizvoda, a na inicijativu europske tekstilne i odjevne industrije, u prosincu 2004. u Briselu je pokrenuta Europska tehnološka platforma (ETP) za budućnost industrije tekstila i odjeće Europe (for the future of textiles and clothing – FTC). Visoka Europska grupa za tekstil i odjeću tada je predložila da „tekstilna i odjevna industrija u kooperaciji s institutima i fakultetima treba poboljšati koordinaciju postojećih struktura u cilju poboljšanja proizvodnje izbjegavajući fragmentaciju, a novim tehnologijama ostvariti istraživačke napore u cilju razvoja novih proizvoda“. Nastojalo se okupiti predstavnike tekstilne i odjevne industrije, istraživačkih centara, akademije i državnih institucija svih razina na europskom nivou kako bi zajednički postavili viziju za razvoj tekstilne i odjevne industrije u dužem vremenskom razdoblju. Zajedničkim radom predstavnika svih članica i kandidata Europske unije napravljena je studija s nastojanjem da ova industrija bude inovativna sa saznanjima o primjeni novih tehnologija. Želja je da se tekstilna i odjevna industrija Europe pretvori u industriju koju će odlikovati inovativnost i znanje o primjenama novih tehnologija. Radi toga su kao politički razlozi navedeni sljedeći: 1) kompetitivnost industrije ovisi u velikoj mjeri o istraživanju, razvoju i inovativnosti, 2) jedinstveno europsko tržište mora imati koordinirano europsko istraživanje, 3) istraživanje i razvoj postaju kompleksni, multidisciplinarni i skupi te zahtijevaju udruživanje resursa Europske unije, 4) stvaranje izvrsnosti na europskoj razini. Prvi okvirni program započeo je 1984. godine i bio je financiran s 3,25 milijarde €, dok je trenutno u tijeku Sedmi okvirni program (2007.-2013.) koji će biti financiran s 52,5 milijardi € (Bischof Vukušić, 2007.).

3. AKTUALNA PROBLEMATIKA TEKSTILNE I ODJEVNE INDUSTRIJE REPUBLIKE HRVATSKE

Problematična povijest hrvatske tekstilne i odjevne industrije počinje početkom 90-tih godina 20. stoljeća raspadom bivše Jugoslavije i gubitkom tržišta zaštićenog protekcioniističkim mjerama s više od 22 milijuna potrošača. Predugo poslovanje u socijalističkom i planskom umjesto u tržišnom gospodarstvu rezultiralo je pomanjkanjem vlastitog dizajna i marki. Kako bi sačuvala poslove, poduzeća su se okrenula doradnim poslovima za strane naručitelje, većinom iz Europske unije. S porastom plaća i istovremenim otvaranjem tržišta Srednje i Istočne Europe čija je cijena rada niža, odjevna industrija preselila se iz Hrvatske u Poljsku, Češku, Mađarsku i Rumunjsku. Od 1991. do 2002. godine broj radnika smanjio se s 81 200 na 32 917, a broj poduzeća u tekstilnoj i odjevnoj industriji s 857 na 679 (Bunić, 2004., 75.-76.).

Godine 2009. prema podacima Hrvatske gospodarske komore (HGK, 2010) u tekstilnoj i odjevnoj industriji Republike Hrvatske poslovalo je 708

poduzeća (200 poduzeća u tekstilnoj i 508 u odjevnoj industriji) koja su ostvarila prihod od 4,94 milijarde kuna (tekstilna industrija 1,15 milijardi kuna, a odjevna 3,78 milijardi kuna). Vanjskotrgovinska razmjena i ukupno poslovanje prikazani su u tablici 1. Poduzeća su najvećim dijelom privatizirana i usitnjena s pretežitim udjelom malih i srednjih poduzeća po broju poduzetnika

Tablica 1.

Vanjskotrgovinska razmjena i ukupno poslovanje poduzeća tekstilne i odjevne industrije

	2005.	2006.	2007.	2008.	2009.
Ukupni prihod, 1000 kn	5.631.156	5.424.723	5.462.006	5.425.487	4.936.613
Uvoz, 1000 kn	4.503.240	5.182.637	6.503.312	7.043.488	5.600.563
Izvoz, 1000 kn	3.542.128	3.403.840	3.790.666	3.957.772	3.251.723

Izvor: prema HGK, 2010. prema DZS (www.hgk.hr – 10. veljače 2011.).
(Pretvoreno u kn prema srednjem tečaju Hrvatske narodne banke 13. srpnja 2011. 1\$=5,3 kn.)

Zaposlenih je u tekstilnoj i odjevnoj industriji 2009. godine bilo 22.447 (17,30% u tekstilnoj, 83,79% u odjevnoj industriji), što je 1,905 ukupno zaposlenih u Republici Hrvatskoj. Godine 2010. broj zaposlenih pao je na 21.500 zaposlenih, a u travnju 2011. godine porastao je na 21.700 zaposlenih. Broj zaposlenih u tekstilnoj i odjevnoj industriji prikazan je u tablici 2

Tablica 2.

Broj zaposlenih u pravnim osobama u prosincu u 000 prema NKD- 2007.

Djelatnost	Broj zaposlenih u 000			
	Prosinac 2008.	Prosinac 2009.	Prosinac 2010.	Travanj 2011.
C Prerađivačka industrija	244,7	222,5	216,4	214,5
C 13 Proizvodnja tekstila	4,7	3,8	4,2	4,3
C 14 Proizvodnja odjeće	21,1	18,6	17,3	17,4

Izvor: HGK, 2010. prema DZS (www.hgk.hr – 10. veljače 2011.) i DZS (Mjesečno sttističko izvješće, Zagreb, 2011., 28.)

U ukupnom izvozu Hrvatske ova industrija sudjeluje s 5,86%. U 2009. godini zabilježen je deficit u vanjskotrgovinskoj razmjeni od 2.348.840,000 kn, a kretanje obujma proizvodnje tekstila i odjeće prikazano je u tablici 3.

Tablica 3.

Indeksi fizičkog obujma industrijske proizvodnje za industriju ukupno i po područjima i odjeljcima NKD-a 2007.

Djelatnost	Proizvodnja (indeks)				
	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.
B+C+D Industrija ukupno	104,1	109,3	110,6	100,4	99,0
C Prerađivačka industrija	103,9	110,0	111,2	99,4	97,3
C 13 Proizvodnja tekstila	103,8	97,5	87,9	85,2	95,0
C 14 Proizvodnja odjeće	87,0	88,0	86,3	68,9	64,9

Izvor: DZS 2011-a (www.dzs.hr – 10. srpnja 2011.)

Doradnim poslovima popunjeno je od 80 do 95% proizvodnih kapaciteta te se njima ostvaruje izvoz. Udio je prihoda od prodaje vlastitog proizvoda u ukupnom prihodu 2005. godine iznosio 17,4%, a udio od prodaje doradnih proizvoda 82,6% (Anić i sur., 2008., 140.). Ukupne investicije u tekstilnu i odjevnu industriju odnose se na kupnju nove tehnološke opreme.

Prema istraživanju Ekonomskog instituta iz 2007. godine (Teodorovića i sur., 2007., 16.; 51.) postojeće stanje u tekstilnoj i odjevnoj industriji karakteriziraju sljedeći problemi: orijentiranost hrvatskih proizvođača na mješovitu proizvodnju sa značajnim udjelom doradnih poslova; razjedinjenost, usitnjenost i slaba pregovaračka sposobnost prema okružju; mala ulaganja u razvoj i marketing, zaostajanje na području inovacija, istraživanja i obrazovanja te pomanjkanje poticajnog okruženja koje bi motiviralo poduzetnike i poduzeća na povećanje razine konkurentnosti; slaba razvijenost vlastite robne marke; neučinkovita distribucija; slaba zastupljenost na inozemnom tržištu; nedovoljno poznavanje kretanja na svjetskom tržištu; gubitak komparativnih prednosti zbog sporih strukturnih prilagodbi i nedostatak stabilnih i povoljnih izvora financiranja.

Kao ključni problemi u hrvatskoj tekstilnoj i odjevnoj industriji ističu se i (Bunić, 2004., 80.): previsoka cijena rada u odnosu na tržišta s kojima se

natječe, malo i ograničeno domaće tržište, ovisnost o malom broju vanjskih kupaca, nedostatak strategije i slaba razvijenost pratećih i povezanih industrija.

Uzroke stanja hrvatske tekstilne i odjevne industrije potrebno je primarno tražiti u samim tekstilnim i odjevnim poduzećima koja se ne prilagođavaju dovoljno postojećim zahtjevima promjenjivog tržišta i ne pokušavaju spoznati buduće potrebe, ne moderniziraju se i ne restrukturiraju svoju proizvodnju, a istovremeno ne ulažu dovoljno u nove materijale, dizajn i ljudske potencijale. Hrvatska tekstilna i odjevna industrija sporo odgovara na brze tržišne promjene i zahtjeve kupaca, nedovoljno primjenjuje suvremene marketinške metode i raspolaže menadžmentom niske obrazovne razine (Borožan i Dragišić, 2005.).

Kao problemi u hrvatskoj tekstilnoj i odjevnoj industriji javljaju se još i (Butorac, 2007., 124.-125.): spore strukturne prilagodbe koje su dovele do gubitka komparativnih prednosti, neučinkovita zaštita domaće proizvodnje, liberalizacija domaćeg tržišta i rast uvoza (Hrvatska je članica Svjetske trgovinske organizacije- smanjene su/ukinute carine za uvoz gotove odjeće iz velikog broja država). Hrvatska tekstilna i odjevna industrija nije iskoristila otvaranje tržišta Europske unije za rast izvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda. U budućnosti će uspjeh domaće industrije tekstila i odjeće na međunarodnom tržištu i izvozni trendovi ovisiti o novim idejama, odgovoru na nove izazove, učinkovitom razvoju i inovativnosti te će biti temeljeni na razvijenoj proizvodnji i proizvodima vlastite robne marke.

Trenutno su poduzeća tekstilne i odjevne industrije u razdoblju globalne recesije te pokušavaju premostiti krizno razdoblje oslanjanjem na državne potpore i pronaći pomoć u kreditiranju proizvodnih pogona. U proizvodnji tekstila i odjeće tako je razrađen i novi koncept Interventnog industrijskog fonda koji će brinuti o zadržavanju ionako ograničenih proračunskih sredstava za tekstilnu industriju te o osnivanju bankarskih kreditnih linija na osnovi jamstva države ili neke druge institucije. Okvirni iznos potrebnih sredstava za proizvodnju tekstila i odjeće u 2010. godini iznosi 487,5 milijuna kuna, što je zapravo iznos procijenjenih izravnih i neizravnih troškova gubitka 5000 radnih mjesta u 2009. godini (Privredni vjesnik, 2010.).

Kao rješenje postojećeg stanja predlažu se sljedeće daljnje smjernice u razvoju (Teodorović i sur., 2007., 44.; 53.; 56.-57): usmjeravanje na kvalitativne prilagodbe dinamičnim tržišnim, tehnološko-tehničkim i organizacijskim promjenama; poticanje strukturnih promjena i razvoj inovativnih proizvoda i procesa; inzistiranje na stalnom tehnološkom napretku, specijalizaciji i tržišno konkurentnoj proizvodnji; orijentiranost na proizvodnju vlastitog proizvoda (vlastite robne marke); intenziviranje marketinških aktivnosti; poboljšanje logistike; smanjenje broja zaposlenih kao odraz značajnog podizanja razine produktivnosti te uspješno provedeni programi zbrinjavanja tehnološkog viška zaposlenih; partnerska suradnja sindikata i poduzetnika s Ministarstvom

gospodarstva i osnivanje klastera poduzeća u suradnji s Hrvatskom agencijom za razvoj tekstilne industrije (HARTI).

U istraživanju provedenom 2006.-2007. godine (Anić i sur., 2008-a, 341.), anketiranjem poduzeća tekstilne i odjevne industrije u Republici Hrvatskoj zaključuje se kako nije problem u slabije razvijenom punom poslu i velikom udjelu doradnog posla, nego u razvoju industrije kao cjeline. Ističe se kako je jedina strategija koja bi poboljšala radni učinak industrije u dužem razdoblju proizvodnja proizvoda visoke kvalitete/visoke dodane vrijednosti koji proizvode dobro plaćeni kvalificirani radnici. Također, hrvatska bi poduzeća trebala prijeći s doradnih na pune poslove jer je istraživanje potvrdilo kako puni poslovi rezultiraju većom produktivnošću od doradnih, uz pravilno upravljanje troškovima i rastućom profitabilnošću.

Hrvatska bi tekstilna i odjevna industrija mogla pratiti kretanja na europskom tržištu ukoliko bi primijenila odgovarajuću strategiju razvoja (Teodorović i sur., 2007., 37.). Hrvatska je okrenuta europskom tržištu i s njim je i najviše povezana, te bi trebala ostvariti transfer tehnologije i znanja iz Europske unije, kao što bi trebala i repozicionirati dio proizvodnje iz Hrvatske u države s nižom cijenom rada. Jedna od prvih inicijativa u obliku kreativnih novih rješenja dolazi od strane mladih hrvatskih dizajnera koji nastoje povezati modnu s tekstilnom i odjevnom industrijom i stvoriti „hrvatsku modnu industriju“. Fashion.hr koncept, uz pokroviteljstvo Hrvatske gospodarske komore, osnovao je Fashion.hr. industriju radi povezivanja poznatih hrvatskih modnih dizajnera i poduzeća hrvatske tekstilne i odjevne industrije.

Zbog lošeg stanja primarne proizvodnje u tekstinoj industriji proizvođači tekstila i odjeće uvoze 90% sirovina. Rezultat je carina od 14% prilikom izvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda u Europsku uniju (Poslovni dnevnik, 2011.). Nakon odobranja Europske komisije u listopadu 2010. godine započete su procedure za olakšanje pristupa na trideset i tri tržišta ukidanjem spomenutih carina.

S obzirom na izdatke za potrošnju hrvatskih kućanstava za odjeću i tekstilne proizvode, zaključuje se kako je potrebno potaknuti svijest hrvatskih potrošača o proizvodima hrvatske tekstilne i odjevne industrije, a same proizvode učiniti konkurentnijima na tržištu. Godišnji prosjek izdataka za potrošnju nalazi se u tablici 4. U Republici Hrvatskoj ima 1.535.635 privatnih kućanstava (DZS, 2011.) te se pretpostavlja da je tržišni potencijal Republike Hrvatske za tekstilni i odjevni sektor oko 6 milijuna kn.

Tablica 4.

Izdatci za potrošnju, godišnji presjek po kućanstvu

	PROSJEČNI GODIŠNJI IZDATCI ZA POTROŠNJU PO KUĆANSTVU					
	Kune			Struktura, %		
	2007.	2008.	2009.	2007.	2008.	2009.
Tekstilni proizvodi za kućanstvo	205	183	211	5,10	4,59	5,31
Odjeća	4.120	4.181	3.908	70,22	70,83	70,39

Izvor: DZS 2010., www.dzs.hr

4. PRIJEDLOG NOVIH POLITIKA RESTRUKTURIRANJA TEKSTILNE I ODJEVNE INDUSTRIJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Politika restrukturiranja tekstilne i odjevne industrije može se definirati kao aplikativna, disciplinarna i višedisciplinarna znanost koja proučava i primjenjuje zakonitosti akcija, instrumenata i pripadajućih resursa, potencijala, kapaciteta i mogućih smjerova restrukturiranja promatrane industrije u područjima tekstilne i odjevne tehnologije, proizvodnih mogućnosti, organizacije proizvodnje, ekologije proizvodnje i zakonskih okvira. Politika restrukturiranja tekstilne i odjevne industrije usmjerena je na održivi rast i razvoj te na optimalizaciju svih podsustava zajedno sa svim elementima i procesima koji sudjeluju u tekstilnoj i odjevnoj industriji unutar određene države, odnosno zajednice država.

Politike bi trebale precizirati stavove, principe, načela i/ili kriterije koji će dati glavne smjernice odluka i djelovanja u poslovanju poduzeća (Buble, 2005., 11.) te je važno da su politike relativno stalne planske odluke primijenjene za ponavljajuće situacije i definirane za važna područja poslovanja poduzeća.

4.1. Politike Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva o restrukturiranju tekstilne i odjevne industrije

Gledajući sa strane države, državne potpore (Teodorović i sur., 2007.) ključne su za ostvarivanje razvojne strategije. Oblici su državnih potpora relevantnih za tekstilnu i odjevnju industriju potpore za istraživanje i razvoj, potpore koje s daju radi zaštite okoliša, potpore za sanaciju i restrukturiranje,

potpore malim i srednjim poduzetnicima, potpore za zapošljavanje, potpore za usavršavanje i regionalne državne potpore. Razvojni program Središnje države koji proizlazi iz sastavnica razvojne strategije i programskih usmjerenja Europske unije u segmentu razvoja tekstilne i odjevne industrije sastoji se od trinaest različitih programa za poticanje razvoja tekstilne i odjevne industrije. Nadalje, kako bi se dugoročno povećao izvoz, potaknulo stvaranje novih izvoznika, promijenila struktura izvoza te ojačala poduzeća koja proizvode repromaterijal koji se koristi u proizvodnji finalnih dobara, Ministarstvo gospodarstva Republike Hrvatske u suradnji s hrvatskim izvoznicima pokrenulo je projekt „HIO – Hrvatska izvozna ofenziva“. Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva objavljuje 2009. godine u Operativnom programu potpora kako će namjenska sredstva kapitalne pomoći dodijeliti kroz mjere: 1) subvencioniranje kamata na kredite, 2) subvencioniranje trajnih obrtnih sredstava, 3) subvencioniranje marketinških mjera i 4) subvencioniranje početnih ulaganja i modernizacije tehnološkog procesa. Godine 2010. iste potpore dodjeljuju se samo za: 1) subvencioniranje trajnih obrtnih sredstava i 2) subvencioniranje početnih ulaganja.

Operativni program potpora održavanju konkurentnosti tekstilne industrije, industrije kože i proizvoda od kože za 2010. godinu navodi da se povećanje konkurentnosti i očuvanje zaposlenosti smatra ključnim smjericama i preduvjetom stabilizacije poslovanja te se Operativnim programom potpora djelatnostima proizvodnje tekstila, odjeće, kože i obuće utvrđuju sljedeći ciljevi (službene stranice Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva, 2010-a): 1) povrat udjela izvoza u ukupnim prihodima, 2) poboljšanje likvidnosti poslovanja, 3) očuvanje zaposlenosti i 4) kadrovska restrukturiranje specifične strukture zaposlenih. Radi povećanja konkurentnosti tekstilne i obućarske industrije nužno je učiniti strukturne promjene kroz sljedeće aktivnosti: 1) usvajanje inovacija u dizajnu, procesima i materijalima u suradnji s akademskom zajednicom radi razvoja modne industrije, 2) repozicioniranje proizvodnje kroz obrazovanje kadrova, 3) stručno osposobljavanje i razvoj sustava proizvodnje, 4) implementacija novih tehnologija, 5) fokus na stvaranje inovativnih proizvoda i usvajanje novih kanala distribucije, 6) inovacije u materijalima i dizajnu i 7) povećanje operativne učinkovitosti i poboljšanje proizvoda. Navedeni koncept predstavlja i sustavno rješenje za vođenje antirecesijske politike. Godine 2010. na poticaj Ministarstva gospodarstva osnovano je Socijalno vijeće za sektor tekstila, obuće, kože i gume. Mišljenje je Vijeća da Republika Hrvatska ne može jeftinom radnom snagom konkurirati državama u koje se seli proizvodnja, već tekstilna industrija spas treba potražiti u razvoju visoke tehnologije i izgradnji vlastite robne marke.

Za dodjelu navedenih potpora 2009. i 2010. godine Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva, odnosno Uprava za industriju i privatizaciju, objavila je javni natječaj. Ukupan iznos potpora iznosio je 80.000.000 kuna, a potpore je dobilo ukupno 125 poduzeća, dok su potpore 2010. godine iznosile 40.000.000,00 kn. Najveću potporu od 5,1 milijuna kn državnih potpora dobilo je

poduzeće Varteks, 4,5 milijuna Čateks, gotovo 4 milijuna kn Amadeus, a najmanju potporu od svega 1972 kn dobilo je poduzeće Čuljat-tekstil s 43 zaposlenika. Prosječna je državna potpora po jednom korisniku u 2008. i 2009. godini iznosila oko 900.000 kn, a tako male potpore nisu imale razvojnog učinka (Banka magazin, 2010.). Raspisane državne potpore uglavnom u poduzećima rezultiraju fokusiranjem na dobivanje potpora i zanemarivanjem primarnih ciljeva (porast efikasnosti). U isto vrijeme, potpore poduzećima koja konstantno posluju s gubitkom najčešće ne rješavaju trajno njihov problem, već odgađaju neizbježno (Anić, 2008., 21.).

4.2. Politike Hrvatske gospodarske komore o restrukturiranju tekstilne i odjevne industrije

Stav je Hrvatske gospodarske komore (HGK, 2010.) prema tekstilnoj i odjevnoj industriji u Republici Hrvatskoj da industrija mora ustrajati na provođenju ciljeva definiranih Strategijom razvoja hrvatske tekstilne i odjevne industrije te radi toga inzistirati na provođenju sljedećih aktivnosti: 1) promidžba razvoja koncepta razvitka, 2) tržišne strategije poduzetnika, 3) partnersko usuglašavanje vizije i razvojnih ciljeva i 4) državne potpore za razvojne programe. Kako bi se pomoglo provođenju navedenih ciljeva radi restrukturiranja tekstilne i odjevne industrije, u sektoru za industriju Hrvatske gospodarske komore djeluje Udruženje tekstilne i odjevne industrije. Osnovna je uloga Udruženja promicanje rada i poslovanja te zaštita interesa hrvatskih proizvođača u Hrvatskoj i inozemstvu. Udruženje zastupa interese članica pred državnim tijelima radi poboljšanja uvjeta poslovanja, kontinuirano prati zakonsku regulativu i potiče donošenje te promjenu zakonskih propisa i mjera od interesa za gospodarstvo. Sa stajališta Hrvatske gospodarske komore glavne politike menadžera u hrvatskim tekstilnim i odjevnim poduzećima moraju biti usmjerene na: 1) snižavanje troškova proizvodnje, 2) razvoj i izradu vlastite kolekcije i 3) promociju svoje robne marke.

4.3. Politike Udruge tekstilne i kožne industrije, Sindikata tekstila, obuće, kože i gume i Hrvatske agencije za razvoj tekstilne industrije zajedno s Varaždinskom, Međimurskom i Krapinsko-zagorskom županijom o restrukturiranju tekstilne i odjevne industrije

Udruga tekstilne i kožne industrije, Sindikat tekstila, obuće, kože i gume i Hrvatska agencija za razvoj tekstilne industrije zajedno s Varaždinskom, Međimurskom i Krapinsko-zagorskom županijom donijeli su u prosincu 2009. godine zajednički prijedlog mjera Vladi Republike Hrvatske za održanje tekstilne industrije (Službeni portal Varaždinske županije, 2009.). Mjere su koje predlažu Vladi sljedeće: 1) formirati Interventni fond koji će pružati potporu poduzećima u

poteškoćama iz navedenih grana koja provode procese restrukturiranja i imaju perspektivu razvoja; 2) izraditi konzistentnu strategiju razvoja prerađivačke industrije koja će jasno pozicionirati tekstilnu i druge industrijske grane u ukupnom gospodarstvu, uvažavajući stvarno stanje u ovom sektoru i promijenjene uvjete poslovanja izazvane globalnom krizom; 3) izraditi transparentni model dodjele državnih potpora za implementaciju Strategije i Operativnog programa s kontrolom zapošljavanja i namjenskog utroška sredstava, koji će biti zasnovan na ekonomskim i razvojnim kriterijima jednakim za sve djelatnosti obuhvaćene u sustavu državnih potpora; 4) pri Ministarstvu gospodarstva, rada i poduzetništva osnovati gospodarsko-socijalno vijeće za prerađivačku industriju, kao i sektorsko vijeće za tekstilnu i kožnu industriju koje će pratiti izradu Strategije i koordinirati mjere i aktivnosti u njenoj provedbi i 5) intenzivirati provedbu strateških reformi i mjera za povećanje konkurentnosti gospodarstva koje je donijelo Nacionalno vijeće za konkurentnost kao uvjet većeg gospodarskog rasta.

Od Vlade do danas nisu dobili odgovor.

4.4. Politike poduzeća o restrukturiranju tekstilne i odjevne industrije

Politike su proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda, kao znanost i kao aktivnost, sustav planiranih, koordiniranih, reguliranih i kontroliranih znanja, saznanja i vještina te aktivnosti, funkcija, procesa, mjera, poslova, operacija, pravila i zakonitosti koje omogućuju kreiranje, dizajniranje, operacionaliziranje, servisiranje, upravljanje i kontroliranje svih procesa i aktivnosti koje podrazumijeva tekstilna i odjevna industrija, kako na mikro tako i na makro i globalnoj razini, a koji joj osiguravaju održiv rast i razvoj.

Važne su industrijske politike (Teodorović, 2000.) kreditno monetarna politika, porezna politika, carinska politika, politika međunarodne ekonomske suradnje, politika cijena prirodnih resursa i politika rente, politika potpore trgovačkim društvima u procesu restrukturiranja i razvojne sanacije, politika privatizacije, politika zapošljavanja i plaća, politika tehnološkog razvitka i politika održivog razvoja.

Aktualno je da su poduzeća tekstilne i odjevne industrije u Republici Hrvatskoj osnovala klaster tekstila 2006. godine zajedno s Hrvatskom agencijom za razvoj tekstilne industrije (HARTI), osnovanom 2008. godine, kao glavnim tijekom klastera (Poslovni dnevnik, 2008.). Glavni je cilj klastera implementacija usvojene Razvojne strategije i operativnog programa hrvatske industrije tekstila i odjeće iz 2007. godine. Kao važnije inicijative klastera izdvajaju se: 1) godine 2009. izrada dokumenta „Prilagodba sustava i politike državnih potpora u recesijskim uvjetima za djelatnost proizvodnje tekstila i odjeće” s namjenom prilagodbe strategije sektora i sustava državnih potpora sukladno recesijskom utjecaju i trendovima, 2) tijekom 2010. godine suradnja s Ministarstvom

gospodarstva, rada i poduzetništva na izradi „Prijedloga mjera za poboljšanje stanja u tekstilno-odjevnoj i kožarsko-obučarskoj industriji“, pripremi Operativnog programa potpora održanju konkurentnosti tekstilne industrije, industrije kože i proizvoda od kože za 2010. godinu te 3) priprema i osnivanje Socijalnog vijeća za sektore tekstila, obuće, kože i gume (koje je osnovano 21. prosinca 2010.), s predstavnicima sindikata, Ministarstva gospodarstva i uredom za socijalno partnerstvo.

Svojim kvalitetnim i proaktivnim politikama poduzeća tekstilne i odjevne industrije mogu izravno utjecati na restrukturiranje tekstilne i odjevne industrije. A njihove su najvažnije politike:

4.4.1. Proizvodna politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije

Temeljna je misija proizvodne politike proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda omogućavanje pune zaposlenosti proizvodnih kapaciteta, potencijala i resursa u proizvodnji te kvalitetnih, konkurentnih, profitabilnih i dizajnom atraktivnih proizvoda. Proizvodna je politika proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda, kao znanost i aktivnost, sustav koordiniranih, planiranih, kontroliranih i reguliranih znanja, saznanja i vještina, te aktivnosti, funkcija, procesa, mjera, poslova, operacija, pravila i zakonitosti koji omogućuju kreiranje, dizajniranje, operacionaliziranje, servisiranje, upravljanje i kontroliranje svih procesa proizvodnje tekstilnih i odjevnih proizvoda.

Zahtjevnost proizvodnih politika proizvođača u tekstilnoj i odjevnoj industriji izravno ovisi o veličini i opsegu poslovanja proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda, složenosti njihovih proizvodnih procesa, složenosti proizvoda koje proizvode, složenosti procesa nabave resursa i složenosti distribucijskih kanala kojima se koriste. Proizvodna politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije stvara sve relevantne pretpostavke za implementaciju svojih ciljeva, instrumenata, načela, mjera, akcija te politike ljudskih potencijala i tržišne politike poduzeća tekstilne i odjevne industrije, a uspješnim ostvarenjem temeljne misije proizvodne politike proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda stvaraju se osnovne pretpostavke za ostvarenje misija financijskih i razvojnih politika proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda.

4.4.2. Tržišna politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije

Prethodeći raspravi o tržišnoj politici poduzeća tekstilne i odjevne industrije potrebno je definirati marketing tekstilne i odjevne industrije. Marketing je tekstilne i odjevne industrije, kao znanost i kao aktivnost, sustav planiranih, koordiniranih i reguliranih znanja, saznanja, vještina, funkcija, poslova, mjera i načela koja omogućuju kreiranje, dizajniranje, operacionaliziranje, upravljanje i kontroliranje procesa proizvodnje, prodaje i distribucije tekstilnih i odjevnih proizvoda za poznate i nepoznate potrošače,

kupce i korisnike. Tržišna politika u ovom kontekstu mora omogućiti proizvođačima tekstilnih i odjevnih proizvoda prisutnost na tržištu, kako domaćem tako i inozemnom, te usmjeriti napore u kreiranju stimulativne izvozne politike.

U sklopu tržišne politike proizvođači tekstilnih i odjevnih proizvoda trebali bi definirati sve stavove, sve dimenzije i sve elemente tržišne strategije i planiranja, segmentacije mikro, makro i globalnog tržišta tekstilnih i odjevnih proizvoda, tržišnog spleta tekstilne i odjevne industrije, tržišnih odluka i kontrolinga tržišnih aktivnosti u sustavu poslovanja proizvođača tekstilne i odjevne industrije, menadžmenta i menadžera, s naglaskom na segment upravljanja prodajom tekstilnih i odjevnih proizvoda i marketinški informacijski sustav.

4.4.3. Politika ljudskih potencijala poduzeća tekstilne i odjevne industrije

Politika je ljudskih potencijala u poduzećima tekstilne i odjevne industrije najvažnija njihova politika jer su rad i ljudski potencijal temeljni, ekskluzivni i jedini inteligentni element proizvodnje tekstilnih i odjevnih proizvoda. Velika je važnost ove politike u poslovanju, rastu i razvoju proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda te ona određuje smjernice, primjerice, ciljeve, instrumente, načela, obrazovanje, usavršavanje, osposobljavanje tekstilnih i odjevnih inženjera i menadžera.

Poduzeća tekstilne i odjevne industrije iskazuju potrebu za kvalitetnim i obrazovanim kadrom. S obzirom na nisku razinu atraktivnosti većine zanimanja unutar ove industrije potrebno je organizirati različite promidžbene aktivnosti kako bi se učenici motivirali za odabir upravo strukovnih tekstilnih škola. Niska razina motiviranosti proizlazi iz niskih osobnih dohodaka (prosječna plaća iznosi oko 2.300 kn), nepovoljnih uvjeta radnog mjesta, normiranog rada i rada na određeno vrijeme. Politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije trebala bi posebno istaknuti orijentiranost na povezivanje s obrazovnim institucijama te zapošljavanje radnika educiranih u tekstilnim srednjim školama i na Tekstilno-tehnološkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

4.4.4. Ekološka politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije

Ekološka politika proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda vrlo je važna globalna politika jer upravo od njene efikasnosti i kvalitete ovisi kvaliteta ljudskog, životinjskog i biljnog svijeta na planetu Zemlji. Pri razmatranju o ekološkoj politici potrebno je naglasiti da je tekstilna i odjevna industrija jedna od najprljavijih industrija te da ona izravno utječe na onečišćenje okoliša.

Znanstvene su činjenice o ekološkim politikama proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda u tranzicijskim državama sljedeće: stupanj ekološke osviještenosti ljudi aktivno uključenih u mikro, makro i globalne tokove tekstilne i odjevne industrije, kvaliteta aktivnih ekoloških pravila i zakona i njihova primjena u tekstilnoj i odjevnoj industriji, kvaliteta i misija ekoloških politika u poduzećima tekstilne i odjevne industrije, učinkovitost sustava kontrolinga u implementaciji ranije postavljenih ciljeva, načela i instrumenata. Zajedno stvaraju realan okvir pri donošenju racionalne ocjene ekološke politike poduzeća tekstilne i odjevne industrije u tranzicijskim državama.

4.4.5. Financijska politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije

Financijska je politika tekstilnih i odjevnih poduzeća novčani izraz cjelokupnog poslovanja proizvođača tekstilnih i odjevnih politika kojima je temeljna misija maksimalizacija financijskog rezultata poslovanja (financijskog kapitala), financijskog potencijala, financijskog resursa potrebnog i dovoljnog za uspješno, učinkovito i profitabilno poslovanje i dugoročni održivi rast i razvoj proizvođača koji posluju u tekstilnoj i odjevnoj industriji.

Financijska politika proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda u tekstilnoj i odjevnoj industriji obuhvaća sustav znanja, saznanja, vještina, funkcija, načela, pravila, mjera, akcija i instrumenata koji su usmjereni na izbor optimalnih financijskih rješenja (strategija) kojima se na uspješan i profitabilan način ostvaruje misija poslovanja te dugoročnog održivog rasta i razvoja samih proizvođača tekstilnih i odjevnih proizvoda.

Sljedeće potpolitike sastavni su dio cjelokupne financijske politike tekstilnih i odjevnih poduzeća: 1) politika pribavljanja financijskog kapitala, 2) politika financijskog odnosa s kupcima tekstilnih i odjevnih proizvoda, 3) politika financijskih odnosa s dobavljačima, 4) politika amortizacije, 5) devizna politika, 6) politika zadržane dobiti.

4.4.6. Razvojna politika poduzeća tekstilne i odjevne industrije

Razvojna je politika proizvođača u tekstilnoj i odjevnoj industriji kompleksan, dinamički i stohastički sustav znanja, saznanja i vještina te načela, ciljeva, odrednica, mjera, instrumenata i akcija koji sudjeluju u kreiranju vizije, misije, ciljeva, zadataka, instrumenata i nositelja rasta i razvoja nekog proizvođača unutar tekstilne i odjevne industrije koji se žele i realno mogu ostvariti u određenom vremenskom razdoblju, ali i kojima se određuju strategije i taktike, instrumenti i sredstva za ostvarivanje razvojnih ciljeva u dugoročnom, srednjoročnom i tekućem planskom razdoblju.

Razvojna politika mora omogućiti poduzećima tekstilne i odjevne industrije takav rast i razvoj koji neće značiti samo i isključivo napredak u odnosu na postojeće stanje već i njihov mnogo povoljniji položaj u nacionalnom i međunarodnom okruženju. Najvažniji bi ciljevi razvojne politike tekstilnih i odjevnih poduzeća mogli biti: 1) povećanje produktivnosti rada povoljnijim odnosom outputa prema inputima, kao primjerice, odnos između prihoda, neto dobiti i prosječnog broja zaposlenih, 2) povećanje profitabilnosti poslovanja, 3) povećanje ekonomičnosti, 4) povećanje likvidnosti, 5) povećanje investiranja, 6) poboljšanje položaja na međunarodnom tržištu većim udjelom, boljom kvalitetom proizvoda, modernijim dizajnom, proširenim lancem distribucije, a time i plasmana proizvoda, 7) uvođenje novih proizvoda, 8) stalno poboljšavanje postojeće organizacije upravljanja i rada poduzeća, 9) usavršavanje na području logistike i logističkih mreža tekstilne i odjevne industrije, 10) povećanja stanja stručnosti, sposobnosti, vještina i motiviranosti zaposlenika, posebno samih dizajnera koji osiguravaju posebnost samih proizvoda, 11) povećanje materijalnog i nematerijalnog standarda zaposlenika, 12) neprekidna modernizacija tehničke i tehnološke opremljenosti poduzeća, 13) stalno etičko i ekološko osvješćivanje zaposlenika, 14) razvijanje tržišnih, demokratskih, gospodarskih, kulturoloških i ostalih odnosa u mikro, makro i globalnim tekstilnim i odjevnim industrijama, ali i s poslovnim partnerima na svim razinama poslovanja i suradnje, 15) razvijati outsourcing i usvajati njegove prednosti, 16) razvijati i usavršavati tekstilni kontroling.

Razvojne politike hrvatskih poduzeća u tekstilnoj i odjevoj industriji trenutno slijede ciljeve razvojne strategije. Definirani ciljevi su (Anić i sur., 2007.): 1) tržišno repositioniranje u skladu sa sposobnostima i mogućnostima hrvatskih tekstilnih i odjevnih poduzeća, 2) prijenos tehnologije i inovacija s naglaskom na veći udio vlastitih znanja, 3) proizvodna specijalizacija s ulaskom na veće udjele vlastitih znanja, 4) okrupnjavanje tekstilnih i odjevnih poduzeća kako bi postigli veću pregovaračku moć i 5) prilagođavanje ljudskih potencijala novim tržišnim, tehnološkim i organizacijskim uvjetima poslovanja i razvoja.

Ovako definirani ciljevi ostavljaju prostora za definiranje detaljnijeg, preciznijeg i novog koncepta održivog rasta i razvoja tekstilne i odjevne industrije (proizvodna politika, tržišna politika, politika ljudskih potencijala, ekološka politika, financijska politika, razvojna politika) koji bi uvažio i novonastale situacije (primjerice recesiju), trenutno prisutne kako na domaćem tako i na inozemnom tržištu tekstilnih i odjevnih proizvoda.

5. ZAKLJUČAK

Vrlo loše i alarmantno stanje tekstilne i odjevne industrije Republike Hrvatske upozorava kako bez pronalaska novog modela za spas industrije ova industrija neće imati perspektive. Tekstilna je i odjevna industrija na globalnoj razini uspjela naći svoj model opstanka te u mnogim državama biti od velikog značenja, kako po broju zaposlenih tako i po ukupnom prihodu. Također,

tekstilna je i odjevna industrija u Europi pronašla modele proizvodnje i poslovanja koji joj donose pozitivne poslovne rezultate te se hrvatska tekstilna i odjevna industrija mora i treba na njih ugledati. Kao glavni problemi hrvatske tekstilne i odjevne industrije ističu se nedovoljna orijentiranost na proizvodnju vlastitog proizvoda, loša distribucija i nedostatak strategije koju bi slijedila hrvatska poduzeća s nastojanjem povećanja konkurentnosti i proizvodnje proizvoda veće kvalitete. Razvojne strategije koje predlaže država daju nove smjernice u razvoju tekstilne i odjevne industrije, no ne nude konkretne modele potrebne za razvoj, a istodobno spremne za implementaciju u tekstilnu i odjevnu industriju. S obzirom na detaljnu analizu stanja, kako u europskoj, tako i u hrvatskoj tekstilnoj i odjevnoj industriji, zaključuje se da hrvatska tekstilna i odjevna industrija zaostaje za europskom i svjetskom tekstilnom industrijom te da nedovoljno prati svjetske razvojne trendove. Politike nadležnih ministarstava, Hrvatske gospodarske komore, lokalnih uprava, sindikata, udruga tekstilaca i poduzeća nisu usklađene te se naglasak stavlja na praćenje razvojnih ciljeva određenih Strategijom razvoja industrije tekstila i odjeće za razdoblje od 2006. do 2015. godine, iako se već zaključilo kako je nemoguće pratiti navedene ciljeve i kako je globalna gospodarska kriza uvelike doprinijela tome. Nova bi se strategija trebala prilagoditi novonastalim okolnostima i uvažiti kritike poduzeća tekstilne i odjevne industrije „staroj“ strategiji. Naglasak poduzeća stavlja na politike koje im jamče trenutni opstanak na tržištu i mogućnosti ulaganja u inovacije i razvoj novih/vlastitih proizvoda u bližoj budućnosti.

Na temelju zaključaka provedenog primarnog i sekundarnog istraživanja prihvaća se hipoteza da *rezultati istraživanja o aktualnim problemima i mogućim rješenjima dugoročnog održivog rasta i razvoja tekstilne i odjevne industrije u Europi i Republici Hrvatskoj stvaraju temeljne pretpostavke definiranju novih politika koje bi omogućile restrukturiranje tekstilne i odjevne industrije u Republici Hrvatskoj.*

LITERATURA

Anić, I. D., Lovrinčević, Ž., Rajh, E., Teodorović, I., (2008.), *Ekonomski aspekti razvitka industrije tekstila i odjeće u Republici Hrvatskoj*, (Zagreb: Ekonomski Institut Zagreb, Hrvatsko društvo ekonomista).

Anić, I. D., Buturac, G., Gambiroža-Jukić, M., Lovrinčević, Ž., Mikulić, D., Nušinović, M., Rajh, E., Teodorović, I., (2007.): *Strateške odrednice razvoja industrije tekstila i odjeće u Hrvatskoj za razdoblje od 2006. do 2015.*, (Zagreb: Ekonomski Institut Zagreb).

Anić, I. D., Rajh, E., Teodorović, I. (2008. a), «Usporedba punog i doradnog posla u industriji tekstila i odjeće u Hrvatskoj», *Ekonomski pregled*, Hrvatsko društvo ekonomista.

Banka magazin (2010.): «Male potpore nemaju razvojni učinak», <http://www.bankamagazine.hr/Naslovnica/Hrvatska/tabid/102/View/Details/Item1>

D/57120/rbpid/255f2e07-6c60-4efa-b9e7-d49bfb7bd721/Default.aspx (pristupili 12. srpnja 2011.)

Bischof Vukušić, S., (2007.), »Smjernice hrvatskom tekstilnom i odjevnom gospodarstvu za uključivanje u EU projekte«, *Servis tekstilnih europskih projekata*, Sveučilište u Zagrebu Tekstilno-tehnološki fakultet.

Borozan, Đ., Dragišić, Lj., (2005.), «Hrvatska tekstilna industrija na prekretnici: Od preživljavanja do rasta», *Ekonomski vjesnik*, Ekonomski fakultet, Osijek, br. 1 i 2.

Buble, M., Cingula, M., Dulčić, Ž., Galetić, L., Gonan Božac, M., Ljubić, F., Pfeifer, S., Tipurić, D., (2005.), *Strateški menadžment*, (Zagreb: Sinergija).

Bunić, Ž., (2004.), «Nepovoljna industrijska struktura i nerazvijen klaster – razlozi krize hrvatske tekstilne i odjevne industrije», *Tekstil*, Hrvatski inženjerski savez tekstilaca.

Buturac, G., (2007.), «Hrvatska industrija tekstila i odjeće u međunarodnoj razmjeni», *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, godina 5: 111.-126.

DZS (2010.): «Statistički ljetopis 2010», Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr

DZS (2011.-a): «Mjesečno statističko izvješće», Državni zavod za statistiku Zagreb, 2011.

DZS (2011.-b): «Popis 2011», Državni zavod za statistiku, www.dzs.hr (pristupili 12. srpnja 2011)

Fashion.hr (2011.), «Projekti koji će promijeniti Hrvatsku modnu industriju», <http://www.fashion.hr/vijesti/moda/hrvatska-moda/projekt-koji-ce-promijeniti-hrvatsku-modnu-industriju> (pristupili 10. srpnja 2011.)

Giuli, M., (1998.), «The Competitiveness of the European Textile Industry», *Centre for International Business Studies, Research Papers in International Business, South Bank University London Paper No. 2-97*, 1998., Issn No. 1366.-6290., <http://bus.lsbu.ac.uk/cibs/research/working-papers> (pristupili 15. lipnja 2011.)

Greta, M., Lewandowski, K., (2010.), «The Textile and Apparel Industry in Italy: Current State and Challenges to Further Growth», *Fibres and Textiles in Eastern Europe*, vol. 18, No. 6.

HGK (2010.), «Proizvodnja tekstila i odjeće», Hrvatska gospodarska komora, Zagreb, www2.hgk.hr/en/depts/industry/tekstil_2010_web.pdf (pristupili 10. srpnja 2011.)

HGK (2011.): »Strukovna skupina tekstilne, odjevne i kožarsko-prerađivačke industrije», Hrvatska gospodarska komora,

<http://hgk.biznet.hr/hgk/tekst.php?a=b&page=tekst&id=1333> (pristupili 10. srpnja 2011.)

Jones, R. M., Hayes, S.G., (2004.), »The UK clothing industry – Extinction or evolution?«, *Journal of Fashion Marketing and Management*.

Kapelko, M., (2006.), «Evaluating efficiency in the framework of resource-based view of the firm - Evidence from Polish and Spanish textile and clothing industry», *Universitat Autònoma de Barcelona*, webs2002.uab.es/edp/workshop/cd/Proceedings/3EDPW_MKapelko.pdf (pristupili 15. svibnja 2010.)

Katović, D., Bischof Vukušić S., (2008.), «Vizija razvoja tekstilnog i odjevnog gospodarstva Europe», *Zbornik radova, 1. znanstveno-stručno savjetovanje, Tekstilna znanost i gospodarstvo*, Sveučilište u Zagrebu Tekstilno-tehnološki fakultet.

Keenan, M., Saritas, O., Kroener, I., (2004.), «A dying industry – or not? The future of the European textiles and clothing industry», *Foresight*.

Koszevska, M., (2004.), «Development prospects of Polish protective clothing market after 1 May 2004. threats and opportunities», *Fibres & Textiles in Eastern Europe*.

Mattila, H., (2007.), «Uspjeh Kine na polju tekstila- možemo li ga podijeliti?», *Tekstil, Hrvatski inženjerski savez tekstilaca*.

Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (2010.), «Operativni program potpora održanju konkurentnosti tekstilne industrije, industrije kože i proizvoda od kože za 2010. godinu», *Zagreb*

Poslovni dnevnik (2008.): Predstavljen Cluster tekstila i Hrvatska agencija za razvoj tekstilne industrije, *Hina*, <http://www.poslovni.hr/vijesti/predstavljen-cluster-tekstila-i-hrvatska-agencija-za-razvoj-tekstilne-industrije-72352.aspx> (pristupili 10. srpnja 2011.)

Poslovni dnevnik (2011.), «Tekstilci napokon bez carina?», <http://www.poslovni.hr/vijesti/tekstilci-napokon-bez-carina-za-eu-169166.aspx> (pristupili 10. srpnja 2011.)

Privredni vjesnik (2010.), «Tekstilna industrija: izgubljeno 4800 radnih mjesta», http://www.privredni.hr/index.php?option=com_content&task=view&id=2064&Itemid=2 (pristupili 15. srpnja 2011.)

Službene stranice Ministarstva gospodarstva (2009.-a): «Operativni program potpora održanju konkurentnosti tekstilne industrije, industrije kože i proizvoda od kože za 2009. godinu», *Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva*, <http://www.mingorp.hr/default.aspx?id=12> (pristupili 10. veljače 2011.)

Službene stranice Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva (2009.-b): «Potpore u tekstino-odjevnoj i kožarsko-obučarskoj industriji», <http://www.mingorp.hr/default.aspx?id=1925>, (pristupili 10. srpnja 2011.)

Službene stranice Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva (2010.-a): «Operativni program potpora održanju konkurentnosti tekstilne industrije, industrije kože i proizvoda od kože za 2010. Godinu», Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva., <http://www.mingorp.hr/default.aspx?id=12> (pristupili 10. veljače 2011.)

Službene stranice Ministarstva gospodarstva, rada i poduzetništva (2010.-b): «Osnovano Socijalno vijeće za sektore tekstila, obuće, kože i gume», <http://www.mingorp.hr/default.aspx?id=2224> (pristupili 10. srpnja 2011.)

Službeni web portal Varaždinske županija (2009.), «Mogućnosti i perspektive održavanja radno-intenzivnih grana industrije», <http://www.varazdinska-zupanija.hr/index.php/novosti/iz-zupanije/1424-moguaenosti-i-perspektive-odnavanja-radno-intenzivnih-grana-industrije.html> (pristupili 10. srpnja 2011.)

Stanislawski, R., Olczak, A., (2010.), «Innovative Activity in the Small Business Sector of the Textile and Clothing Industry», *Fibres & Textiles in Eastern Europe*.

Taplin, I. M., (2006.), «Restructuring and reconfiguration – The EU textile and clothing industry adapts to change», *European Business Review*.

Taplin, I. M., Winterton, J., (2004.), «The European clothing industry – Meeting the competitive challenge», *Journal of Fashion Marketing and Management*.

Teodorović, I., (2000.), «Industrijska politika u nemirnim uvjetima“, *Ekonomski pregled*.

Urošević, S., Đorđević, D., Cvijanović Janko, M., (2009.), «Značaj doradnih poslova za razvoj tekstilne i odevne industrija Srbije u procesu tranzicije», *Industrija*.

Vogler-Ludwig, K., Valente, A. C., (2009.), «Skills scenarios for the textiles, wearing apparel and leather products sector in the European Union», *Final Report, Economix, Muenchen*.

Wysokinska, Z., (2003.), «Competitiveness and its relationships with productivity and sustainable development», *Fibres & Textiles in Eastern Europe*.

Wong, M. C., Au, K.F., (2007.), *Central and Eastren European countries and North Africa – The emerging clothing supplying countries to the EU*, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11 (1): 56.-68.

Ratko Zelenika, Ph. D.

Full professor
University of Rijeka
Faculty of Economics
E-mail: ratko.zelenika@efri.hr

Alica Grilec Kaurić, M. Sc.

Teaching assistant
University of Zagreb
Faculty of Textile Technology
E-mail: alica.grilec@ttf.hr

**ASSESSMENT OF THE ECONOMIC POSITION OF
TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY IN
THE REPUBLIC OF CROATIA**

Abstract

The aim of this paper is to study and analyse the situation of the textile and clothing industry in Europe and Croatia. A hypothesis that the current problems and possible long-term sustainable growth and development solutions for the textile and clothing industry in Europe and Croatia should be seen as an essential prerequisite for the development of new policies that will enable restructuring of textile and clothing industry in Croatia has been confirmed. This paper draws on secondary (desk research) and primary (interviews with managers of companies, textile and clothing industry experts and local administration staff in charge of the industrial sector) sources of information, with scientific methods applied, such as methods of analysis and synthesis, inductive and deductive methods, proof and denial methods, method of description and method of compilation.

Key words: textile and clothing (T&C) industry, economic situation, restructuring policies, the Republic of Croatia

JEL classification: L67