

*Dr. sc. Goran Buturac*

**HRVATSKA INDUSTRIJA TEKSTILA I ODJEĆE U  
MEĐUNARODNOJ RAZMJENI**

**CROATIAN TEXTILE AND CLOTHING INDUSTRY IN THE  
INTERNATIONAL TRADE**

---

**SAŽETAK:** Svrha je rada analizirati položaj i perspektivu hrvatske industrije tekstila i odjeće u međunarodnoj razmjeni. Analiza položaja Hrvatske na međunarodnom tržištu uključuje analizu disperzije i koncentracije, analizu komparativnih prednosti i analizu specijalizacije u međunarodnoj razmjeni. Posebni je dio rada posvećen perspektivi izvoza hrvatske industrije tekstila i odjeće. U empirijskoj su analizi međunarodne razmjene korišteni indeks entropije, pokazatelj komparativnih prednosti, pokazatelj specijalizacije u međunarodnoj razmjeni. Zabilježen je značajan gubitak komparativnih prednosti. Nadalje, prisutna je visoka razina koncentracije izvoza tekstilnih proizvoda. U strukturi izvoza prevladava vertikalna specijalizacija i izvoz relativno male dodane vrijednosti. Analiza pokazuje da budućnost tekstilne i odjevne industrije nije samo u proizvodnji već u upravljanju tržištem i stvaranju novih robnih marki.

**KLJUČNE RIJEČI:** industrija tekstila i odjeće, Hrvatska i međunarodna razmjena, konkurentnost, komparativne prednosti.

**ABSTRACT:** The purpose of this paper is to explore the position and perspectives of the Croatian textile and clothing industry in the international trade. The analysis of Croatian position in foreign markets includes the analyses of dispersion and concentration, the analyses of comparative advantages and the analyses of trade specialization. Special part of the paper is dedicated to the perspectives of the Croatian textile and clothing industry exports. The main indicators of international trade used in the empirical analysis as following: index of entropy, indicator of comparative advantages, and indicators of trade specialization. The significant level of comparative advantage losses has been recorded. Furthermore, there is a high level of concentration of Croatian textile export. In the export structure the vertical specialization is prevailed as well as low value added products. The analysis shows that the future of textiles and clothing industries is not just in producing but in management of markets and design of new own brands.

**KEYWORDS:** textiles and clothing industries, Croatia and international trade, competitiveness, comparative advantages.

---

## 1. UVOD

Promatrajući globalno tržište, industrija tekstila i odjeće još uvijek čini jednu od glavnih osovina akumulacije kapitala, zaposlenosti i gospodarskog rasta kod većine gospodarski razvijenih zemalja /2, str. 300-319; 16, str.195-208/.

Ubrzani rast novih ekonomija i programa stvara potražnju za novim dizajnom, kvalitetom i transferom znanja. Takve tendencije popraćene su odgovarajućim reorganizacijama kapitala što se odražava u promjenama specijalizacije i komparativnih prednosti /12, str. 313-322; 18, str. 256-261/. Danas je najveći dio proizvodnje tekstila i odjeće zastupljen u Aziji. Potom slijede Europa i SAD. Neznatan udio u ukupnoj svjetskoj proizvodnji tekstila i odjeće čine Afrika i Australija (oko 3,0%). Istodobno, najveće udjele u ukupnom svjetskom izvozu tekstila i odjeće zauzimaju EU, Kina, SAD, Indija i Tajvan /4, str. 567-577/.

Raspad bivše Jugoslavije, politika tečaja te značajna liberalizacija domaćeg tržišta velikim su dijelom uvjetovali ekspanziju uvoza u Hrvatskoj /5, str. 475-489/. Pri tome je uvoz tekstilnih i odjevnih proizvoda u razdoblju od 1993. do 2004. godine porastao 2,5 puta. Izvoz je istodobno ostao nepromijenjen. U tijeku tranzicijskog razdoblja došlo je do značajnog pada tekstilnih i odjevnih proizvoda u strukturi izvoza. Bilanca razmjene tekstilnim i odjevnim proizvodima je negativna. To je primarno posljedica sve veće liberalizacija domaćeg tržišta, usitnjenosti proizvodnje, relativnog zaostajanja produktivnosti za konkurencijom, tendencije porasta cijene rada i slabe zaštite domaće proizvodnje<sup>1</sup>.

U radu se analizira položaj i perspektiva razvoja hrvatske industrije tekstila i odjeće u međunarodnoj razmjeni. Istraživanje se zasniva na kvantitativnoj analizi pri čemu je metodološka osnova utemeljena na primjeni znanstveno relevantnih pokazatelja međunarodne razmjene koji uključuju pokazatelje komparativnih prednosti, disperzije i koncentracije, otvorenosti i specijalizacije u međunarodnoj razmjeni. Kao izvori podataka u radu se koriste podaci Državnoga zavoda za statistiku te podaci prikupljeni anketnim upitnikom Ekonomskog instituta Zagreb provedenoga u sklopu izradbe projektne studije "Analiza dosadašnjeg razvoja i stanje industrije tekstila i odjeće u EU i Hrvatskoj".

Rad se sastoji od četiri dijela. Nakon uvodne analize, u drugom se dijelu analizira stanje i položaj hrvatske industrije tekstila i odjeće u međunarodnoj razmjeni. To uključuje analizu disperzije i koncentracije, analizu komparativnih prednosti te analizu specijalizacije u međunarodnoj razmjeni. Treći se dio rada odnosi na analizu perspektive razvoja industrije tekstila i odjeće na međunarodnom tržištu. U tomu se dijelu analizira odnos vlastite robne marke i kretanja izvoza, očekivanja kretanja izvoza u idućem razdoblju te strategija razvoja

---

<sup>1</sup> Carinska se stopa na uvoz tekstila do godine 2000. kretala između 5 i 25%. Pristupanjem u Svjetsku trgovinsku organizaciju i potpisivanjem Ugovora o stabilizaciji i pridruživanju s EU, Hrvatska se obvezala sniziti carine u industriji tekstila i odjeće i to:

- za proizvode primarne tekstilne industrije: u četiri godine zaključno s godinom 2004. (s 4% na 0%)
- za proizvode odjevne industrije: carinska stopa se postupno smanjuje od 2001. do 2006. godine. Nakon toga Hrvatska je za iste proizvode obvezna primjenjivati carinske stope identične onima u EU.

tekstilne i odjevne industrije u međunarodnoj razmjeni. Na kraju rada iznose se zaključna razmatranja.

## 2. KVANTITATIVNA ANALIZA STANJA I POLOŽAJA HRVATSKE INDUSTRIJE TEKSTILA I ODJEĆE U MEĐUNARODNOJ RAZMJENI

Ovaj dio analize odnosi se na analizu disperzije i koncentracije, analizu komparativnih prednosti, analizu specijalizacije u intra-industrijskoj razmjeni, analizu horizontalne i vertikalne specijalizacije. Metodološka osnova empirijske analize utemeljena je na primjeni odgovarajućih standardiziranih pokazatelja međunarodne razmjene.

### 2.1. Metodološka osnova

U svrhu empirijske analize koriste se sljedeći pokazatelji međunarodne razmjene:

- indeks entropije u svrhu analize disperzije i koncentracije
- RCA ("Revealed Comapartive Advantages") pokazatelj za analizu komparativnih prednosti
- GL ("Grubel-Loydov") indeks za analizu razine specijalizacije u intra-industrijskoj razmjeni
- RUV ("Relative Unit Value") pokazatelj za analizu horizontalne i vertikalne specijalizacije u međunarodnoj razmjeni.

Disperzija i koncentracija proizvoda industrije tekstila i odjeće u međunarodnoj razmjeni analizirana je primjenom empirijskih izračuna TEI pokazatelja ("Trade Entropy Index"). Izračunava se prema sljedećoj formuli:

$$I_{xi} = \sum_j b_{ij} \ln \left( \frac{1}{b_{ij}} \right)$$

pri čemu vrijedi:

$$0 < b_{ij} < 1; \quad \sum_j b_{ij} = 1$$

Udio izvoza pojedinog tekstilnog proizvoda  $i$  u ukupnom izvozu industrije tekstila i odjeće  $j$  označen je  $b_{ij}$ . Isto vrijedi i za uvoz. Veća vrijednost indeksa entropije ukazuje na veći stupanj disperzije međunarodne razmjene, odnosno manju koncentraciju. Vrijedi i obrnuto, manja vrijednost indeksa entropije podrazumijeva manju disperziju, odnosno veću koncentraciju. Jaka koncentracija, odnosno, slaba disperzija podrazumijeva veliku zastupljenost, odnosno veliki udio jednog ili nekoliko proizvoda u ukupnoj strukturi međunarodne razmjene. Nasuprot tomu, slaba koncentracija ili izražena disperzija upućuju na činjenicu da nijedna od proizvodnih grupa nema značajnije veći udio u odnosu na preostale grupacije u strukturi izvoza  $i$ /ili uvoza.

Komparativne prednosti analizirane su primjenom RCA pokazatelja. Razvio ga je 1965. godine Balassa. Izračunava se prema formuli:

$$RCA = \ln \left[ \frac{X_i}{M_i} \right] \times \left( \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n M_i} \right) \times 100$$

pri čemu  $X$  predstavlja vrijednost izvoza dobara, dok je  $M$  oznaka za vrijednost uvoza. Indeks  $i$  označuje pojedini proizvod odnosno proizvodnu grupu.

*Pozitivne vrijednosti RCA pokazatelja za određenu proizvodnu grupu ukazuju da zemlja ima izražene komparativne prednosti u proizvodnji i razmjeni te grupe. Obrnuto, negativan predznak RCA pokazatelja upućuje da zemlja nema komparativne prednosti.*

Za analizu razine specijalizacije u intra-industrijskoj razmjeni koriste se agregirani GL indeks i GL indeks po proizvodnim grupama. Metodologiju su izračuna GL indeksa razvili i primijenili Grubel i Lloyd (1975.).

Agregirani se GL indeks izračunava prema formuli:

$$GL = 1 - \frac{|x - m|}{x + m}$$

pri čemu je:

GL oznaka za Grubel-Lloyd-ov indeks,  $x$  je vrijednost izvoza robe sektora,  $m$  je vrijednost uvoza.

GL indeks po proizvodnim grupama se izračunava na sljedeći način:

$$GL_i = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i) - \sum_{i=1}^n |X_i - M_i|}{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i)}$$

$GL_i$  je vrijednost Grubel-Lloydovog indeksa za grupu proizvoda  $i$ .  $X$  predstavlja vrijednost izvoza, a  $M$  vrijednost uvoza. Indeks se kreće u rasponu od 0 do 1. Veća vrijednost indeksa ukazuje na veću razinu specijalizacije u intra-industrijskoj razmjeni.

RUV pokazatelj koristi se za analizu horizontalne i vertikalne specijalizacije u intra-industrijskoj razmjeni. Izvorno ga je razvio Abd-el-Rahman (1991.). Nakon toga su napravljene izvedenice toga pokazatelja /8, str. 77-100/. Predstavlja omjer jedinične cijene izvoza i jedinične cijene uvoza:

$$1 - \alpha \leq \frac{UVX_i}{UVM_i} \leq 1 + \alpha$$

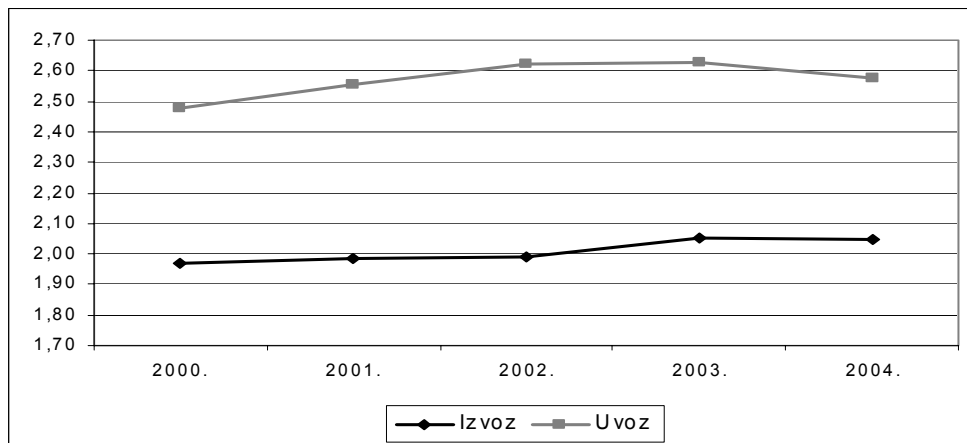
$UVX_i$  predstavlja jediničnu cijenu izvoza proizvodne grupe  $i$ , a  $UVM_i$  jediničnu cijenu uvoza. Parametar  $\alpha$  naziva se koeficijentom disperzije. Vrijednost parametra može biti proizvoljna. U istraživanjima se najčešće fiksira na 0,15 /8, str. 77-100;14, str. 151-175/. Ako se vrijednost RUV pokazatelja nalazi unutar intervala (0,85;1,15), tada se radi o horizontalnoj specijalizaciji. Obrnuto, vrijednost ovog pokazatelja izvan navedenog intervala ukazuje na vertikalnu specijalizaciju. Ako je RUV pokazatelj manji od 0,85, tada prevladava uvoz velike dodane vrijednosti, odnosno izvoz male dodane vrijednosti. Nasuprot tome, vrijednost RUV pokazatelja veća od 1,15 upućuje na izvoz velike dodane vrijednosti.

## 2.2. Analiza disperzije i koncentracije

Rast uvoza i stagnacija izvoza proizvoda domaće tekstilne i odjevne industrije rezultirali su i odgovarajućim promjenama u strukturi robne razmjene, stoga se na samom početku rada analizira disperzija i koncentracija. Trend je disperzije i koncentracije izvoza i uvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda u Hrvatskoj bio uvjetovan procesom tranzicije, postojećim trgovačkim vezama te naravno blizinom snažne gospodarske strukture – Europske unije. Međutim, dinamika promjene gospodarske strukture, integriranost te razina specijalizacije mogu također značajno utjecati na veću ili manju razinu koncentracije. Disperzija i koncentracija razmjene tekstilnih i odjevnih proizvoda analizira se primjenom empirijskih izračuna TEI pokazatelja ("Trade Entropy Index").

Empirijski izračuni indeksa entropije ukazuju na rast disperzije međunarodne razmjene industrije tekstila i odjeće. Na slici 1 može se zapaziti da je vrijednost indeksa entropije rasla kod izvoza i uvoza u razdoblju od 2000. do 2004. godine. Valja također naglasiti da je disperzija uvoza u svim godinama promatranog razdoblja značajno veća u odnosu na disperziju izvoza.

**Slika 1. Kretanje indeksa entropije izvoza i uvoza proizvoda tekstilne industrije i odjeće u razdoblju od 2000. do 2004. godine**



*Izvor: izračun autora.*

Detaljniju sliku disperzije izvoza i uvoza osigurava analiza strukture međunarodne razmjene tekstilnih i odjevnih proizvoda koja je prikazana u tablici 1.

U odnosu na druge gospodarske sektore tekstilna je industrija godine 1993. zauzimala najveći udio u strukturi izvoza (18,9%). Značajan pad obujma proizvodnje u razdoblju od 1993. do 2004. godine rezultirao je padom ove djelatnosti u strukturi ukupnog izvoza (9,3%). Iako je udio uvoza pao sa 6,8 na 4,8%, uvoz je u promatranom razdoblju značajno rastao. Tijekom procesa liberalizacije i otvaranja tržišta ovakvi su trendovi bili i očekivani na strani uvoza, dok se za izvoz može reći da nisu bili poželjni. Jaku koncentraciju izvoza potkrepljuje činjenica da u strukturi izvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda 3 proizvodne grupe zauzimaju više od dvije trećine izvoza (tablica 1). To su:

- pamučne potkošulje, majice, puloveri i prsluci čiji je udio 32,5%
- muški kaputi, kratki kaputi, odijela, sportski kaputi s udjelom 18,9% i
- ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi s udjelom 16,8%.

**Tablica 1. Struktura izvoza i uvoza industrije tekstila i odjeće prema proizvodnim grupama na razini 3 znamenke SMTK<sup>2</sup> 2004. godine**

Naziv proizvodne grupe	Izvoz	Uvoz
Tekstilno predivo	5,56	8,64
Pamučne tkanine	0,74	6,83
Tkanine, tkane od tekstilnih materijala	0,67	8,06
Tekstilne tkanine	1,26	7,20
Pletene ili kačkane tkanine	0,26	5,49
Specijalna prediva, specijalne tekstilne tkanine	2,15	9,10
Til, čipka, vez, ukrasne vrpce, gajtani i sl.	1,41	2,04
Zavjese, vreće, torbe, posteljina, pokrivači	3,55	5,78
Muški kaputi, kratki kaputi, odijela, sportski kaputi	18,90	7,22
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi	16,89	9,38
Muški ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	2,23	1,72
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	5,36	2,91
Pamučne potkošulje, majice, puloveri, pleteni prsluci	32,59	15,73
Dodatci odjeći, od tekstilnih tkanina, pleteni (čarape, tajice)	5,38	6,96
Odjevni proizvodi i odjevni dodatci osim od tekstilnih tkanina	3,06	2,93
<b>Ukupno</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

*Izvor: izračun autora.*

Pri tomu valja naglasiti da odjevni proizvodi prevladavaju u odnosu na tekstilne. Primarna tekstilna industrija zauzima udio u ukupnom izvozu 15,6%, a industrija odjeće 84,4%.

Disperzija uvoza je izraženija u usporedbi s izvozom. Pamučne potkošulje, majice, puloveri i pleteni prsluci imaju najveći udio u ukupnom uvozu s udjelom 15,7% (tablica 1). To je jedina proizvodna grupa čiji je udio u strukturi uvoza veći od 10,0%, što ukazuje na značajno veću disperziju nego što je to bio slučaj kod izvoza (slika 1). Za razliku od izvoza, proizvodi primarne tekstilne industrije zauzimaju veći udio u uvozu u odnosu na odjevne proizvode. Udio industrije tekstila je 53,2%, a odjevne 46,8%.

### 2.3. Analiza komparativnih prednosti

Sa stajališta ovoga dijela analize postavlja se pitanje: Dolazi li uslijed povećane otvorenosti i obujma razmjene proizvoda tekstilne i odjevne industrije i do očekivane pozitivne promjene strukture razmjene? Pozitivna promjena strukture međunarodne razmjene podra-

<sup>2</sup> SMTK je kratica za Standardnu međunarodnu trgovinsku klasifikaciju proizvoda.

zumijeva promjenu komparativnih prednosti prema proizvodnim programima veće dodane vrijednosti kao i veću razinu specijalizacije. U ovom dijelu se analizira pitanje promjene komparativnih prednosti, dok je problem specijalizacije razmotren u nastavku.

U tablici 2 su prikazani empirijski izračuni RCA pokazatelja po proizvodnim grupama tekstilne i odjevne industrije na razini triju znamenaka SMTK u godinama 1993., 2000. i 2004. Pozitivna vrijednost RCA pokazatelja za pojedinu grupu proizvoda ukazuje na postojanje komparativnih prednosti za tu proizvodnu grupu. Suprotno, negativna vrijednost ovog pokazatelja ukazuje na nedostatak komparativnih prednosti.

Od ukupno petnaest promatranih proizvodnih grupa u godini 2004., pet ih ima izražene komparativne prednosti u međunarodnoj razmjeni. To su:

- muški kaputi, kratki kaputi, odijela, sportski kaputi
- ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi
- muški ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela
- ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela
- pamučne potkošulje, majice, puloveri, pleteni prsluci.

Uočava se međutim da te prednosti postaju sve slabije izražene u usporedbi sa stanjem u 1993. godini. Kod značajnog je broja tekstilnih i odjevnih proizvoda Hrvatska u tijeku promatranog razdoblja izgubila komparativne prednosti (tablica 2). To su sljedeće grupe proizvoda:

- zavjese, vreće, torbe, posteljina, pokrivači
- čarape, tajice
- odjevni proizvodi i odjevni dodatci, osim tekstilnih tkanina.

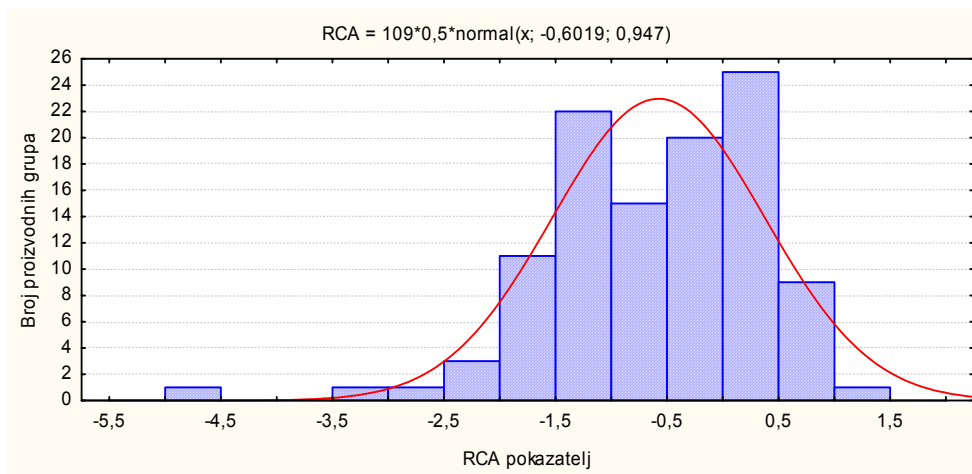
**Tablica 2. RCA pokazatelj industrije tekstila i odjeće prema proizvodnim grupama na razini 3 znamenke SMTK**

	1993.	2000.	2004.
Tekstilno predivo	-0,43	-0,40	-0,25
Pamučne tkanine	-0,56	-1,02	-1,11
Tkanine, tkane od tekstilnih materijala	-0,24	-1,13	-1,24
Tekstilne tkanine	-0,18	-0,81	-0,88
Pletene ili kačkane tkanine	-1,87	-1,36	-1,50
Til, čipka, vez, ukrasne vrpce, gajtani i sl.	-1,28	-1,72	-0,22
Specijalna prediva, specijalne tekstilne tkanine	-0,58	-0,29	-0,74
Zavjese, vreće, torbe, posteljina, pokrivači	0,54	0,23	-0,27
Muški kaputi, kratki kaputi, odijela, sportski kaputi	1,36	0,53	0,43
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi	1,27	0,31	0,25
Muški ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	1,37	0,32	0,09
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	1,54	0,31	0,26
Pamučne potkošulje, majice, puloveri, pleteni prsluci	0,33	0,19	0,31
Dodatci odjeći, od tekstilnih tkanina, pleteni (čarape, tajice)	0,72	-0,37	-0,16
Odjevni proizvodi i odjevni dodatci, osim od tekstilnih tkanina	0,18	-0,09	-0,02

*Izvor: izračun autora.*

Na slici 2 prikazan je odnos broja proizvodnih grupa na razini četiriju znamenaka SMTK i vrijednosti RCA pokazatelja. Na osi apscisa prikazane su vrijednosti RCA pokazatelja. Na osi ordinata je broj proizvodnih grupa koje imaju odgovarajuću vrijednost RCA pokazatelja prikazanu na osi apscisa. Analizirajući komparativne prednosti na nižoj razini agregiranosti izvoza i uvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda (četiriju znamenaka SMTK), može se ustvrditi da od ukupno 94 proizvodne grupe, njih 34 imaju pozitivne vrijednosti RCA pokazatelja dok su za preostalih 60 proizvodnih grupa vrijednosti RCA pokazatelja negativne. Drugim riječima, 34 proizvodne grupe imaju izražene komparativne prednosti, dok ih 60 nemaju (slika 2).

**Slika 2. Empirijski izračuni rca pokazatelja i broj proizvoda industrije tekstila i odjeće na razini 4 znamenke Smtk u 2004. godini**



*Izvor: izračun autora.*

Gubitak komparativnih prednosti u razmjeni tekstilnih i odjevnih proizvoda posljedično je vezan uz spore strukturne prilagodbe, odnosno restrukturiranje. Istodobno je rast izvoza bio značajniji jedino kod dijela odjevnih proizvoda što je i rezultiralo izraženim komparativnim prednostima u godini 2004. Prestanak rata u Hrvatskoj i široj regiji te nakon toga zaključivanje ugovora o slobodnoj trgovini s bivšim republikama potaknuo je izvoz na ta tržišta. Otvaranjem tržišta EU, tranzicijske zemlje srednje i istočne Europe, Kina, Indija i Tajvan postaju glavni i izravni konkurenti hrvatskom izvozu. Pri tome dolazi do istiskivanja i smanjenja izvoza određenih tekstilnih proizvoda na tržištu EU. Može se ustvrditi da Hrvatska nije iskoristila otvaranje tržišta EU za rast izvoza tekstilnih proizvoda. Istodobno nešto izraženiji izvoz na tržište bivših jugoslavenskih republika nije bio dostatan da bi se nadoknadile izgubljene komparativne prednosti.

Sve veća liberalizacija domaćeg tržišta, odnosno smanjene mogućnosti zaštite domaće proizvodnje također pogoduju snažnom rastu uvoza, a što je imalo izražene učinke na gubitak komparativnih prednosti.

Usljed takvih kretanja nakon 2000. godine dolazi do značajnog gubitka komparativnih prednosti i slabljenja konkurentnosti hrvatske industrije tekstila i odjeće. Gubitak komparativnih prednosti naročito je zapažen u primarnoj tekstilnoj industriji. Pad konkuren-



tnosti i komparativnih prednosti u ovom dijelu tekstilne industrije rezultira značajnim padom zaposlenosti i gašenjem pojedinih proizvodnih programa. Ovakvi trendovi mogli bi se značajnim dijelom pripisati lošem modelu privatizacije praćenom nedovoljnim kapitalnim investicijama koje su bile nužne za modernizaciju proizvodnih procesa i programa. Podatci ukazuju da Hrvatska trenutačno ima moderniziranu tek jednu predionicu i svega četiri tkao-nice od kojih je jedna već pet godina u stečaju.<sup>3</sup>

Analiza komparativnih prednosti ne ukazuje na jednoznačan zaključak za čitavu industriju tekstila i odjeće. S jedne strane postoje moderne (po tehnologiji proizvodnje i organizaciji rada) tvornice, zatim one koje posluju na granici rentabiliteta te one koje moraju provesti restrukturiranje kao jedini mogući izlaz iz nastalih poteškoća. Valja istaknuti da su komparativne prednosti kod dijela proizvođa odjevnih industrije tek privremenog i kratkoročnog karaktera. Razlog tomu su lohn poslovi na koje se odnosi preko 80% ukupnog poslovanja u sektoru odjevne industrije i koji će zasigurno u idućem razdoblju biti pod snažnim utjecajem konkurencije s istočnih tržišta zbog dostupnijih resursa i niže cijene radne snage.

#### 2.4. Analiza horizontalne i vertikalne specijalizacije tekstilnih i odjevnih proizvoda

Rezultati analiza specijalizacije u međunarodnoj razmjeni primjenom GL indeksa pokazuju da se proizvodi gdje prevladava intra-industrijska specijalizacija najvećim dijelom odnose na odjevnu industriju gdje su i izražene komparativne prednosti (tablica 3).

**Tablica 3. GL indeks industrije tekstila i odjeće prema proizvodnim grupama na razini triju znamenaka SMTK za 2004. godinu**

Naziv proizvodne grupe	GL indeks
Tekstilno predivo	0,75
Pamučne tkanine	0,18
Tkanine, tkane od tekstilnih materijala	0,14
Tekstilne tkanine, tkane, ostale	0,28
Pletene ili kačkane tkanine	0,09
Tulovi, čipka, vez, ukrasne vrpce, gajtani i sl.	0,78
Specijalna prediva, specijalne tekstilne tkanine	0,36
Zavjese, vreće, torbe, posteljina, pokrivači	0,72
Muški kaputi, kratki kaputi, odijela, sportski kaputi	0,58
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi	0,75
Muški ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	0,91
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	0,74
Pamučne potkošulje, majice, puloveri, pleteni prsluci	0,69
Dodatci odjeći, od tekstilnih tkanina, pleteni (čarape, tajice)	0,83
Odjevni proizvodi i odjevni dodatci osim od tekstilnih tkanina	0,98

*Izvor: izračun autora.*

<sup>3</sup> Izvor: HGK

To upućuje na postojanje pozitivne korelacije između razine specijalizacije i komparativnih prednosti. Istodobno je uz značajan gubitak komparativnih prednosti, posebice izražen kod proizvoda tekstilne industrije, zabilježen i pad specijalizacije. To je posljedično vezano uz sve veću liberalizaciju tržišta tekstilnih i odjevnih proizvoda i značajan rast uvoza, dok istodobno izvoz kroz čitavo razdoblje stagnira.

Pošto su analizirane komparativne prednosti i razina specijalizacije, postavlja se pitanje strukture međunarodne razmjene tekstilnih i odjevnih proizvoda analizirajući ostvarene ekonomske koristi u međunarodnoj razmjeni. U tu svrhu je analizirana horizontalna i vertikalna specijalizacija u međunarodnoj razmjeni.

U analizi horizontalne i vertikalne specijalizacije zasebno je analiziran segment tekstilnih proizvoda u odnosu na odjevne proizvode.

U tablici 4 prikazani su empirijski izračuni RUV pokazatelja, odnosno omjera jedinične cijene izvoza i uvoza za tekstilne i odjevne proizvode u 2004. godini.

Empirijski izračuni u sektoru tekstilne industrije ukazuju na dominaciju horizontalne specijalizacije i vertikalne specijalizacije pri čemu je izvoz male dodane vrijednosti. Iznimka je u području tekstilne industrije tkanina tkanih od tekstilnih materijala, gdje prevladava vertikalna specijalizacija i izvoz relativno velike dodane vrijednosti.

**Tablica 4. RUV pokazatelj za tekstilne i odjevne proizvode u Hrvatskoj za 2004. godinu**

<b>Proizvodi tekstilne industrije</b>	<b>RUV pokazatelj</b>
Tekstilno predivo	1,11
Pamučne tkanine	0,70
Tkanine, tkane od tekstilnih materijala	1,45
Tekstilne tkanine	0,40
Pletene ili kačkane tkanine	0,54
Til, čipka, vez, ukrasne vrpce, gajtani i sl.	0,37
Specijalna prediva, specijalne tekstilne tkanine	1,00
<hr/>	
<b>Proizvodi industrije odjeće</b>	
Zavjese, vreće, torbe, posteljina, pokrivači	1,70
Muški kaputi, kratki kaputi, odijela, sportski kaputi	3,73
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi	2,33
Muški ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	1,36
Ženski ogrtači, kratki ogrtači, kratki kaputi, odijela	1,42
Pamučne potkošulje, majice, puloveri, pleteni prsluci	1,50
Dodatci odjeći, od tekstilnih tkanina, pleteni (čarape, tajice)	0,59
Odjevni proizvodi i odjevni dodatci osim od tekstilnih tkanina	2,94

*Izvor: izračun autora.*

Vertikalna specijalizacija kod proizvoda tekstilne industrije, gdje je izvoz male dodane vrijednosti, prevladava kod sljedećih proizvodnih grupa: pamučne tkanine, tekstilne tkanine i til, čipka, vez, ukrasne vrpce, gajtani sl.

Horizontalna specijalizacija dominira kod sljedećih grupa proizvoda: tekstilno predivo i specijalna prediva, specijalne tekstilne tkanine. Za razliku od proizvoda tekstilne industrije, kod svih proizvoda odjevne industrije prevladava vertikalna specijalizacija i izvoz relativno velike dodane vrijednosti. Izuzetak su dodatci odjeći od tekstilnih tkanina (čarape, tajice i sl.).

### **3. PERSPEKTIVE RAZVOJA HRVATSKE INDUSTRIJE TEKSTILA I ODJEĆE U MEĐUNARODNOJ RAZMJENI**

U svrhu analize perspektive razvoja hrvatske industrije tekstila i odjeće u međunarodnoj razmjeni napravljena je analiza odnosa vlastite robne marke i izvoza, zatim analiza očekivanja kretanja domaćeg tekstila na međunarodnom tržištu te strategija budućeg razvoja.

#### **3.1. Analiza odnosa vlastite robne marke i izvoza**

Mala dodana vrijednost hrvatskog izvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda posljedično je vezana uz izvoz utemeljen na lohn poslovima pri čemu je slaba zastupljenost i prepoznatljivost domaćih robnih marki na međunarodnim tržištima. Cilj je istraživanja u nastavku dobiti spoznaje o zastupljenosti vlastite robne marke hrvatskih tekstilnih i odjevnih poduzeća u ukupnom izvozu. Za potrebe ovog dijela analize korišteni su podatci prikupljeni anketiranjema proizvođača tekstila i odjeće u Hrvatskoj. Izradbu anketnog upitnika i prikupljanje podataka napravio je Ekonomski institut Zagreb u sklopu izradbe projektne studije "Analiza dosadašnjeg razvoja i stanje industrije tekstila i odjeće u EU i Hrvatskoj".

Anketiranje je provedeno u razdoblju od prosinca 2006. do veljače 2007. godine. Od ukupnog broja poduzeća koja su primila anketni upitnik (153 poduzeća) prikupljen je uzorak od 80 poduzeća, čime je postignuta stopa odgovora od 52,0 %.

U strukturi uzorka, 63,7 % su proizvođači iz odjevne industrije, a 36,3 % iz tekstilne industrije. Uglavnom se radi o privatnim poduzećima. U uzorku su zastupljeni svi glavni proizvođači u tekstilnoj i odjevnoj industriji te se, prema tom pokazatelju, uzorak može smatrati reprezentativnim. Uzorak ima udio 52,1 % u ukupnoj zaposlenosti tekstilne i odjevne industrije i 52,9 % u ostvarenim prihodima u zemlji. Manji je udio uzorka u prihodima u inozemstvu (31,5 %), dobiti i gubitku (23,7 % i 27,9 %).

U tablici 5 su prikazani udjeli vlastite robne marke u izvozu za 2003., 2004. i 2005. godinu. Iz izvornih podataka ankete uočava se da je vrlo mali broj anketiranih poduzeća kojima se udio vlastitih proizvoda u ukupnom izvozu kreće u rasponu od 91,0 do 100,0 %. Udio tih poduzeća u ukupnom broju poduzeća u razdoblju od 2003. do 2005. godine također se postupno smanjivao. Tako je njihov udio u godini 2003. iznosio 12,9 %, u godini 2004. 12,1%, a u 2005. godini 11,1 %. Za najveći se broj poduzeća udio vlastite robne marke u izvozu nalazi u intervalu od 0,0 do 10,0 %.

Rezultati analize idu u prilog prethodnim zaključcima o dominaciji lohn poslova u ukupnom izvozu. Na to ukazuje podatak da je kod 80,0 % analiziranih poduzeća zastupljenost vlastite robne marke u ukupnom izvozu manja od 30,0 %. Također se potvrđuje i činjenica da tekstilna i odjevna industrija Hrvatske u proteklim razdobljima nije uspjela raz-

viti prepoznatljive robne marke na međunarodnim tržištima čime bi se osigurala kvalitativna konkurentnost i izvoz veće dodane vrijednosti.

Dodatni problem je po opsegu malo domaće tržište, relativno slabe kupovne moći gdje je izražena cjenovna konkurentnost. To onemogućuje snažniji razvoj za novoosnovana poduzeća na domaćem tržištu, stoga je vrlo teško osigurati akumulaciju kapitala potrebnu za uspješan izlazak i natjecanje na tržištima EU, SAD-a, Kine, Japana i Azijskih tigrova.

**Tablica 5. Udio vlastite robne marke u izvozu**

Udio robne marke u izvozu	2003.	2004.	2005.
0-10%	64,52	57,57	55,55
11-30%	16,12	24,24	22,22
31-60%	3,22	6,06	8,33
61-90%	3,22	-	2,77
91-100%	12,90	12,12	11,11

*Izvor za originalne podatke: Anketno istraživanje EIZ-a.*

### 3.2. Analiza očekivanja kretanja domaćeg tekstila i odjeće na međunarodnom tržištu

Na temelju dosadašnjih rezultata analize postavlja se pitanje perspektive razvoja hrvatske industrije tekstila i odjeće i izvoza na međunarodnim tržištima. Pri tome je značajan problem odnosa izvoza proizvoda u lohn poslovima prema izvozu vlastitog proizvoda. Rezultati analize ukazuju na prijeku potrebu promjene izvozne strukture u korist vlastitih proizvoda. U tablici 6 prikazana su očekivanja analiziranih poduzeća tekstilne i odjevne industrije o kretanjima izvoza u razdoblju od 2007. do 2016. godine. Rezultati dobiveni na osnovu anketnog upitnika idu u prilog pozitivnih očekivanja o kretanju izvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda u sljedećih desetak godina. Tek nešto više od 6,0 % ispitanih poduzeća iznose pesimistična očekivanja o padu izvoza. Istodobno preko 60,0 % anketiranih očekuje da će izvoz njihovih poduzeća rasti. Jedna trećina pak vjeruje da će izvoz ostati na istoj razini kao u prethodnim razdobljima.

**Tablica 6. Očekivanja poduzeća tekstilne i odjevne industrije o kretanju izvoza u razdoblju od 2007. do 2016. godine**

Kategorija	Broj poduzeća	Kumulativni broj poduzeća	%	Kumulativni %
<b>1. padati</b>	4	4	6,15	6,15
<b>2. ostati isto</b>	21	25	32,31	38,40
<b>3. rasti</b>	40	65	61,54	100,00

*Izvor za originalne podatke: Anketno istraživanje EIZ-a.*

Suprotno očekivanjima o kretanju izvoza, procijenjeno je kretanje izvoza proizvoda u lohn poslu (tablica 7). Relativna većina analiziranih poduzeća smatra da će doći do pada

izvoza proizvoda u lohn poslu što je u skladu s dosadašnjim postavkama i rezultatima analize gdje su naglašeni veliki rizici i kratkoročni karakter ove vrste izvoza.

Iako rezultati analize ukazuju na relativno nezavidan položaj domaće tekstilne i odjevne industrije na međunarodnom tržištu, ohrabruju pozitivna očekivanja poduzeća o kretanjima izvoza vlastitih proizvoda (tablica 8). Od 64 poduzeća, njih 54,6 % očekuje rast izvoza vlastitih proizvoda.

**Tablica 7. Očekivanja poduzeća tekstilne i odjevne industrije o kretanju izvoza proizvoda u lohn poslu u razdoblju od 2007. do 2016. godine**

	Broj poduzeća	Kumulativni broj poduzeća	%	Kumulativni %
1. padati	23	23	40,35	40,35
2. ostati isto	20	43	35,08	75,44
3. rasti	14	57	24,56	100,00

*Izvor za originalne podatke: Anketno istraživanje EIZ-a.*

**Tablica 8. Očekivanja poduzeća tekstilne i odjevne industrije o kretanju izvoza vlastitog proizvoda u razdoblju od 2007. do 2016. godine**

	Broj poduzeća	Kumulativni broj poduzeća	%	Kumulativni %
<b>1. padati</b>	6	6	9,37	9,37
<b>2. ostati isto</b>	23	29	35,93	45,31
<b>3. rasti</b>	35	64	54,68	100,00

*Izvor za originalne podatke: Anketno istraživanje EIZ-a.*

### **3.3. Razvoj međunarodne razmjene domaćeg tekstila i odjeće u idućem razdoblju**

Tradicionalne hrvatske izvozne djelatnosti, među kojima proizvodnja tekstila i odjeće zauzima dominantnu poziciju, ostvarile su značajan pad proizvodnje u tijeku tranzicijskog procesa. Ovakva su kretanja rezultirala promjenama strukture industrijske proizvodnje u Hrvatskoj u korist sektora s manjim sadržajem dodane vrijednosti. Integracija je Hrvatske na međunarodno tržište preduvjet njezina razvoja. Zbog toga bi temeljna razvojna strategija industrije tekstila i odjeće trebala biti izgradnja i razvoj izvozno orijentiranih proizvodnih programa. Razvojna i ekonomska politika moraju osigurati uključivanje pojedinih tekstilnih programa na međunarodno tržište na temelju komparativnih prednosti. U proteklom se razdoblju to međutim nije dogodilo.

Jaka koncentracija izvoza, pri čemu tri proizvodne grupe zauzimaju više od dvije trećine izvoza, ukazuje na nedovoljnu diversifikaciju izvoznih programa i slabu zastupljenost industrije tekstila i odjeće na inozemnom tržištu. Takva struktura povećava rizike gubitka tržišta i pada konkurentnosti, stoga se nameće potreba ulaganja u istraživanja i razvoj novih robnih marki koje će prije svega odnosom cijene, dizajna i kvalitete biti prepoznatljivi na

tržištu. Slijedom toga nameće se potreba repositioniranja na međunarodnom tržištu. Za to će biti potrebni odgovarajući napori poslovnog, ali i državnog sektora.

Disperzija uvoza je znatno više izražena u usporedbi s izvozom. To se djelomice može objasniti i izuzetno prisutnom i izraženom konkurencijom inozemnih robnih marki na domaćem tržištu. To je također posljedica nedovoljne domaće proizvodnje koja najvećim dijelom nije bila u stanju prihvatiti i odgovoriti na nove okolnosti i izazove na domaćem tržištu. Uz pretpostavku odgovarajućeg strateškog repositioniranja, zatvaranja proizvodnih lanaca, ali i odgovarajućih novih ulaganja (zajednička ulaganja, izravna strana ulaganja) u perspektivi je moguće u određenoj mjeri smanjiti navedene udjele izvoza primarne tekstilne proizvodnje.

Analiza komparativnih prednosti ne ukazuje na jednoznačan zaključak za čitavu industriju tekstila i odjeće. S jedne strane postoje moderne tvornice (po tehnologiji proizvodnje i organizaciji rada), zatim one koje posluju na granici rentabiliteta te one koje moraju provesti restrukturiranje kao jedini mogući izlaz iz nastalih poteškoća. Valja istaknuti da su komparativne prednosti kod dijela proizvoda odjevne industrije tek privremenog i kratkoročnog karaktera. Razlog tomu su lohn poslovi na koje se odnosi preko 80% ukupnog poslovanja u sektoru odjevne industrije i koji će zasigurno u idućem razdoblju biti pod snažnim utjecajem konkurencije s istočnih tržišta zbog dostupnijih resursa i jeftinije radne snage. Navedeni rezultati ukazuju na potrebu snažnijeg ulaganja domaćih poduzeća u inovativnost, kvalitetu, kreativnost i dizajn. U suprotnom, domaće tvrtke bi se mogle orijentirati isključivo na cjenovnu konkurentnost pri čemu dolazi do eksploatacije jeftine radne snage. U tom pogledu je tekstilna i odjevna industrija došla do donje granice održivosti proizvodnje i izvozne konkurentnosti. U takvim ekonomskim odnosima gubi se interes za primjenom ekonomije znanja koja jedino može osigurati pomake prema dizajniranju i razvoju proizvodnih programa s većim sadržajem dodane vrijednosti.

## 4. ZAKLJUČAK

Hrvatsku industriju tekstila i odjeće obilježava značajan rast uvoza uz istodobnu stagnaciju izvoza. Takav je trend posebice bio izražen nakon 2000. godine kada dolazi do sve snažnije liberalizacije domaćeg tržišta i slabljenja zaštite domaće proizvodnje. Udio izvoza industrije tekstila i odjeće u ukupnom robnom izvozu u razdoblju od 1993. do 2004. godine dvostruko je smanjen.

Koncentracija je izvoza u razdoblju znatno izraženija u odnosu na uvoz.

Gubitak komparativnih prednosti u razmjeni tekstilnih i odjevnih proizvoda posljedno je vezan uz spore strukturne prilagodbe, odnosno restrukturiranje. Osim toga, sve veća liberalizacija domaćeg tržišta i neučinkovita zaštita domaće proizvodnje rezultirala je snažnim rastom uvoza koji su imali izražene učinke na gubitak komparativnih prednosti. Istodobno je rast izvoza bio značajniji jedino kod dijela odjevnih proizvoda gdje postoje komparativne prednosti. Hrvatska industrija tekstila i odjeće nije iskoristila otvaranje tržišta EU za rast izvoza tekstilnih i odjevnih proizvoda.

Uz značajan gubitak komparativnih prednosti, posebice izražen kod proizvoda tekstilne industrije, karakteristika procesa je i pad specijalizacije u intra-industrijskoj razmjeni. Za razliku od tekstilnih proizvoda, kod odjevnih prevladava specijalizacija u intra-industrijskoj razmjeni.

Analiza horizontalne i vertikalne specijalizacije napravljena je zasebno za tekstilne i odjevne grupe proizvoda. U sektoru tekstilne industrije dominira horizontalna specijalizacija i vertikalna specijalizacija pri čemu je izvoz male dodane vrijednosti. Nasuprot tomu, kod proizvoda odjevne industrije prevladava vertikalna specijalizacija i izvoz relativno velike dodane vrijednosti.

U idućem će razdoblju uspjeh domaće industrije tekstila i odjeće na međunarodnom tržištu i izvozni trendovi primarno ovisiti o novim idejama, inovativnosti, odgovaranju na nove izazove te brzom i učinkovitom razvoju. Pri tome je od iznimne važnosti razviti proizvodnju i konkurirati na tržištu vlastitom robnom markom.

## LITERATURA

1. Abd-el-Rahman, K. (1991.). "Firms' Competitive and National Comparative Advantages as Joint Determinants of Trade Composition", *Weltwirtschaftliches Archiv*, (127), 1: 83-97.
2. Adler, U., (2004.). "The dominant feature in the economic development of the German textile and clothing industries", *Journal of Fashion Marketing and Management*, (8), 3: 300-319.
3. Balassa, B. (1965.). "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage", *Manchester School of Economic and Social Studies*, (33), 2: 99-123.
4. Bunić, Ž. (2003.). "Tržište i konkurencija hrvatske tekstilne i odjevne industrije", *Tekstil*, (52), 11: 567-577.
5. Buturac, G. (2006.). "Horizontalna i vertikalna specijalizacija u međunarodnoj robnoj razmjeni: slučaj Hrvatske i Češke", *Ekonomski pregled*, (57), 7-8: 475-489.
6. Djankov, S., Hoekman, B. (1997.). "Determinants of the Export Structure of Countries in Central and Eastern Europe", *The World Bank Economic Review*, (11), 3: 471-487.
7. Gligorov, V., Vidović, H. (2004.). "Croatia's Delayed Transition: Competitiveness and Economic Policy Challenges", WIIW Research Reports, No. 304, Vienna.
8. Greenaway, D., Hine, R., Milner, C. (1994.). "Country-specific factors and the pattern of horizontal and vertical intra-industry trade in the UK", *Weltwirtschaftliches Archiv*, (130), 1: 77-100.
9. Grubel, H., Lloyd, P. (1975.). *Intra-industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*. London: Macmillan.
10. Guercini, S. (2004.). "Strategic Behaviour of Italian Textile-Apparel Firms: National Specific and International Competitive Change", paper presented at The European Clothing Industry: Meeting the Competitive Challenge, ESC Toulouse.
11. Kaminski, B., Ng, F. (2001.). "Trade and Production Fragmentation: Central European Economies in EU Networks of Production and Marketing", *World Bank Policy Research Working Paper No. 2611*, Washington: World Bank.
12. Keenan, M., Saritas, O. Kroener, I., (2004.). "A dying industry – or not? The future of the European textiles and clothing industry", *Foresight*, (6), 5: 313-322.

13. Kierzkowski, H. (2000.). "Joining the Global Economy: Experience and Prospects of the Transition Economies". u: Arndt, S. i Kierzkowski, H., eds., *Fragmentation and International Trade*, Oxford University Press.
14. Lancaster, K. (1980.). "Intra-industry trade under perfect monopolistic competition", *Journal of International Economics*, (10), 2:151–175.
15. Nacionalno vijeće za konkurentnost u suradnji s Institutom za međunarodne odnose, "Godišnje izvješće o konkurentnosti Hrvatske 2002. godine", Zagreb, 2003.
16. Porter, M., Jin, B., Moon, H., (2006.). "The diamond approach to the competitiveness of Korea's apparel industry", *Journal of Fashion Marketing and Management*, (10), 2: 195-208.
17. Reganati, F., Pittiglio, R. (2005.). "Vertical Intra-Industry Trade: Patterns And Determinants In The Italian Case", *Quaderni DSEMS 06-2005*, Foggia: Department of Economics, Mathematics and Statistics, University of Foggia.
18. Taplin, M.I., Winterton, J. (2004.) "The European clothing industry: Meeting the competitive challenge", *Journal of Fashion Marketing and Management*, (8), 3: 256-261.
19. Vojnić, D. (2003.). "European Integration Processes: Where is Croatia" u Grinberg, S.R. (ed.et.al.), *Russia and CIS in Recent European Integration Process*, Russian Academy of Sciences, Moscow.
20. Vollrath, T.L. (1991.). "A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage", *Weltwirtschaftliches Archiv*, (130), 2: 265-279.
21. Walkenhorst, P. (2003.). "Liberalizing Trade in Textile and Clothing: A Survey of Quantitative Studies", Working Party of the Trade Committee No: 2, Paris: OECD.